



# verslag

---

Betreft	Verslag Kledingcafé Westervoort
Vergaderdatum en -tijd	7 november 2023 19:00
Vergaderplaats	Zalencentrum Wieleman, Dorpstraat 11, 6931 BA Westervoort

---



## Inleiding

Als we met z'n allen minder of anders kleding kopen, dan levert ons dat veel op. Zoals een hoger saldo op je bankrekening en ook een beter milieu.

Daarom organiseert het Ministerie van Infrastructuur en Waterstaat dit najaar twee Kledingcafés in Rotterdam (24 oktober 2023) en Westervoort (7 november 2023).

Tijdens deze Kledingcafés wilde het ministerie samen met inwoners op zoek naar nieuwe ideeën om duurzaam met kleding om te gaan. De bijeenkomst vindt plaats in café-opstelling en is bedoeld voor alle inwoners. Bij het Kledingcafé in Westervoort waren 47 inwoners aanwezig.

Dit verslag bevat de opbrengsten van het eerste Kledingcafé 2023 in Westervoort. De opbrengsten van de eerste twee rondes zijn samengevoegd in een aantal onderwerpen. In de derde ronde, waarin vooral het ophalen van ideeën centraal stond, is de opzet van het verslag uitgebreid. Daar is voor gekozen omdat deze ideeën gebruikt kunnen worden bij het schrijven van het nieuwe beleidsprogramma circulair textiel (2025-2030).

Ook heeft het verslag twee bijlagen. In de eerste bijlage zijn de resultaten van de Mentimeter van die avond te vinden, die werd gebruikt tijdens de plenaire onderdelen van de avond. In de tweede bijlage zijn alle cartoons toegevoegd die Bas Köhler die avond maakte op basis van de gesprekken die hij hoorde.

### Bestuurskern

Directie Participatie  
Afdeling Dienstverlening en  
Advies

### Datum

15 januari 2024

Gemiddeld 50 kledingstukken Per jaar!



# Opbrengst eerste ronde

In de eerste ronde is aan negen tafels gepraat over de vraag: 'Wanneer heb je voor het laatst kleding gekocht?'. Deze ronde duurde 5 minuten.

## Wie kopen er kleding en hoe vaak?

De antwoorden op deze vraag varieerden enorm. Zo had één aanwezige voor het laatst kleding gekocht in 2018 via een ruilbeurs, terwijl een andere deelnemer aangaf de dag voor het kledingcafé nog iets te hebben gekocht.

Sommige deelnemers kopen kleding alleen als het nodig is, bijvoorbeeld als oude kleding niet meer past, versleten/kapot is of wanneer zij kinderen hebben van wie de kleding niet meer past. Een ander deel van de deelnemers gaf aan standaard een keer per kwartaal door kleding te kopen. Met name de jongere deelnemers gaven aan veel nieuwe kleding te kopen, vaak om 'erbij te horen'.

Sommige deelnemers kopen kleding voor speciale gelegenheden, zoals het optreden van een koor en/of een evenement met een bepaalde dress code. Er zijn ook personen die zich bewust zijn van duurzaamheid en daarom kiezen voor tweedehands kleding of kledingruil.

## Waar letten mensen op als ze kleding kopen?

- (Uniek) uiterlijk: veel deelnemers vinden het belangrijk of zij de (kleur en printjes van) kleding mooi vinden. De mate waarin een kledingstuk uniek is, wordt ook meegenomen in de overweging om het wel/niet aan te schaffen. Het gaat niet zozeer om het merk.
- Noodzaak: sommige deelnemers geven aan alleen kleding te kopen als ze het echt nodig hebben. Ze vragen dit zichzelf bewust af voordat ze iets kopen.
- Functionaliteit en draagcomfort: voor veel deelnemers is het belangrijk dat de kleding lekker zit, dat je er niet in zweet en dat kleding een bepaald doel heeft (zoals bij sportkleding).
- Prijs en budget: sommige deelnemers proberen zoveel mogelijk in de sale te kopen en zijn actief op zoek naar koopjes en aanbiedingen; vooral deelnemers die aangeven een kleine beurs te hebben noemen dit. Een van de deelnemers geeft aan het onnodig te vinden om veel uit te geven aan kleding. Prijs in combinatie met de kwaliteit wordt ook als argument benoemd om een kledingstuk wel/niet te kopen.
- Duurzaamheid (gaat het materiaal lang mee?): sommige deelnemers benoemen dat de kwaliteit (van de stof) voor hen erg belangrijk is. Hiermee bedoelen zij dat ze het belangrijk vinden dat kleding langer mee gaat en wellicht meerdere personen het kunnen dragen. Een ander benadrukt zelfs dat hij/zij voor een goede kwaliteit meer wil uitgeven en dat kwaliteitskleding vaak ook duurder is.
- Geschiktheid van de pasvorm: voor veel deelnemers is het belangrijk dat kleding lekker zit en goed past.

**Bestuurskern**  
Directie Participatie  
Afdeling Dienstverlening en  
Advies

**Datum**  
15 januari 2024

- Combinatiemogelijkheden: sommige deelnemers vinden het belangrijk dat nieuwe kledingstukken kunnen worden gecombineerd met andere kledingstukken.

**Bestuurskern**  
Directie Participatie  
Afdeling Dienstverlening en  
Advies

Over het algemeen kopen veel deelnemers wel eens tweedehandskleding, maar er zijn wel verschillen. De een koopt amper nieuwe kleding, terwijl anderen vaker nieuwe kleding kopen omdat ze het winkelen en kopen als leuk ervaren. In de meeste gevallen is er sprake van een mix tussen nieuwe kledingstukken en tweedehands. Dit blijkt ook uit de manieren waarop deelnemers aan hun kleding komen; via tweedehandswinkels, Vinted, Zalando H&M etc.

**Datum**  
15 januari 2024

Sommige deelnemers geven aan bepaalde kledingstukken nieuw te kopen bij een kledingwinkel. Sokken, ondergoed en schoenen worden graag nieuw gekocht.

### **Hoe komen deelnemers aan kleding?**

- Kledingwinkels: sommige deelnemers halen hun kleding bij kledingwinkels in de buurt, zoals de grote winkelketens of speciale boetiekjes. Dit doen zij bijvoorbeeld omdat zij het belangrijk vinden dat lokale ondernemers blijven bestaan.
- Online winkelen: deelnemers benoemen dat online winkelen minder tijd vraagt. Iemand geeft aan dat hierbij wel gezocht wordt naar een duurzame manier om het te laten bezorgen.
- Kringloopwinkels: een aantal deelnemers gaat naar de kringloopwinkel om kleding te kopen. Een van de deelnemers brengt op zijn/haar beurt ook weer kleding naar de kringloop; een deelnemer merkte op dat hij eerst naar de kringloopwinkel gaat als hij kleding nodig heeft.
- Kledingbeurs/Kledingmarkt: sommige deelnemers kopen wel eens (tweedehands) kleding bij een Kledingbeurs of kleding- en rommelmarkt. Vooral voor deelnemers met een kleinere beurs is dit een fijne manier om aan kleding te komen.
- Kledingruil: sommige deelnemers ruilen kleding om aan nieuwe kledingstukken krijgen.
- Tweedehands-/vintagewinkels: Een aantal deelnemers geeft aan tweedehandskleding te hebben gekocht; in bepaalde kledingwinkels die tweedehandskleding verkopen zoals de Cirkel, Vinted en 2Switch. Ook rommelmarkten en kringloopwinkels worden benoemd als plekken waar tweedehandskleding gekocht kan worden.
- Geven en nemen: sommige deelnemers krijgen (van jongs af aan) al veel kleding cadeau van familie, vrienden en/of collega's. Soms verkopen zij gekregen kleding weer door aan anderen.
- Lenen: sommige deelnemers lenen kleding van vrienden of familie voor (speciale) gelegenheden.
- Zelf maken: sommige deelnemers maken hun eigen kleding, bijvoorbeeld door het te breien.

# Ronde 1

**Bestuurskern**  
Directie Participatie  
Afdeling Dienstverlening en  
Advies

**Datum**  
15 januari 2024

Wanneer heb je voor het laatste kleding gekocht?

Vanavond  
draak ik een  
erfstuk  
dat 120.000  
jaar terug...



...werd gewild  
door een van mijn  
voorouders  
voor 'n  
vaarsteen!



Wou!  
koopje!  
voor  
die tijd!

  
www.livetekenen.nl

ik ben het  
populairste  
kledingstuk  
in Westervoort



liefst gekocht in  
de kringloop of  
op vinted!

en de  
mensen die  
me dragen  
komen hier voor  
inspiratie!

  
www.livetekenen.nl

# Opbrengst tweede ronde

In de tweede ronde is aan de tafels verder gepraat over de vraag: 'Wat zijn voor jou redenen om kleding te kopen?'. Deze ronde duurde 20 minuten.

## Bestuurskern

Directie Participatie  
Afdeling Dienstverlening en  
Advies

## Datum

15 januari 2024

## Waarom kopen deelnemers (fabrieks)nieuwe kleding?

- **Uitverkoop:** sommige deelnemers kopen sneller kleding wanneer deze in de uitverkoop is of met korting wordt aangeboden, zoals dure schoenen. Anderen geven aan niet snel verleid te worden door kleding die is afgeprijsd.
- **Noodzaak van aanschaf of vervanging:** sommige deelnemers kopen pas iets als iets versleten of kwijtgeraakt is of niet meer past door een verandering in lichaamsgewicht. Anderen kopen kleding als ze het tijd vinden voor iets nieuws.
- **Uniek willen zijn:** sommige deelnemers kopen (impulsief) kleding als ze iets bijzonders of moois tegenkomen. Daarbij willen ze vooral iets hebben wat anderen niet hebben.
- **Gemak:** een aantal deelnemers kiest voor fabrieksnieuwe kleding omdat zij naar eigen zeggen te lui zijn om kleding te repareren of geschikte tweedehandskleding uit te zoeken.
- **Kwaliteit:** sommige deelnemers vinden de kwaliteit van kleding belangrijk, zodat het langer mee gaat. Om die reden kopen sommige deelnemers (dure) schoenen als ze in de uitverkoop zijn (zie ook *Uitverkoop*).
- **Seizoensomstandigheden:** veel deelnemers laten hun kledingaankopen afhangen van het seizoen en de temperatuur. Zij kopen bijvoorbeeld winterkleding als het kouder wordt en kopen zomerkleding voor de zomer(vakantie).
- **Speciale gelegenheden:** sommige deelnemers kopen nieuwe kleding voor speciale gelegenheden waarbij zij representatief willen overkomen, zoals een (Kerst)feest of bruiloft. Anderen willen representatief overkomen voor (een presentatie op) hun werk.
- **Beloning of troost:** sommige deelnemers kopen kleding als ze niet lekker in hun vel zitten en troost zoeken.
- **Identiteit:** een aantal deelnemers gebruikt kleding om uiting te geven aan wie zij zijn en hoe zij zich op een bepaald moment voelen.
- **Kinderen:** sommige deelnemers hebben kinderen die snel groeien en daardoor vaak nieuwe kleding nodig hebben. Anderen kopen (vaak) kleding voor hun (tiener)kinderen, omdat zij bang zijn er anders niet 'bij te horen' (zie ook *Sociale druk*).
- **Sociale media:** sommige deelnemers kopen vooral kleding onder invloed van foto's die zij zien van vrienden of influencers via sociale media. Anderen (vooral mannen) geven aan hier totaal niet door beïnvloed te worden.
- **Sociaal tijdverdrijf:** sommige deelnemers zien het als een uitje/hobby om met vrienden/vriendinnen kleding te gaan kopen of om bij verveling de tijd te doden.

- Mode: sommige deelnemers vinden het belangrijk om kleding te dragen die in de mode is en vaak af te wisselen. Hierbij wordt kleding in toenemende mate gezien als gebruiksproduct dat je relatief snel kan afdanken.
- Hygiëne: sommige deelnemers vinden het niet hygiënisch om alle kledingstukken tweedehands te kopen en/of voelen zich er niet fijn bij.
- De grootte van de kledingkast: een deelnemer geeft aan kleding te kopen zolang er ruimte is in de kledingkast.
- Herinnering: sommige mensen kopen nieuwe kleding als herinnering aan een leuke vakantie.
- Sociale druk: sommige deelnemers geven aan nieuwe (merk)kleding te kopen om 'erbij te willen horen'.
- Andere prikkels uit de omgeving: sommige deelnemers ervaren online prikkels om kleding te blijven, bijvoorbeeld via (online) advertenties, cookievoorkeuren, nieuwsbrief-e-mails van kledingmerken en de neiging om altijd door te scrollen op bepaalde websites waar kleding wordt gepromoot.

#### **Bestuurskern**

Directie Participatie  
Afdeling Dienstverlening en  
Advies

#### **Datum**

15 januari 2024

### **Waarom kopen mensen tweedehands kleding?**

- Lage prijs: tweedehandskleding kan verleidelijk zijn door de lage prijs ten opzichte van nieuwe kleding. Vooral voor mensen met een kleinere beurs is dit een aantrekkelijke optie.
- Sociale invloeden: sommige deelnemers geven aan in een duurzaamheidsbubbel te leven, en daarom net als hun vrienden sneller te kiezen voor tweedehandskleding.
- Zoeken naar specifieke kledingstukken: sommige deelnemers zijn op zoek naar een specifiek kledingstuk en kopen daarom tweedehands.
- Kinderen in de groei: sommigen kopen tweedehandskleding omdat zij kinderen hebben in de groei, en het zonde vinden om telkens nieuwe kleding voor hen te kopen.
- Sfeer van tweedehandskledingwinkels: sommige deelnemers zijn gecharmeerd door tweedehandskledingwinkels, bijvoorbeeld doordat ze ook een sociale functie hebben als ontmoetingsplek.
- Speciale gelegenheden: sommige deelnemers geven aan dat zij kleding voor speciale gelegenheden niet nieuw willen kopen, maar liever tweedehands kopen en/of huren.

### **Wat doen deelnemers met kapotte en/of oude kleding?**

- (laten) repareren: sommige deelnemers repareren kapotte kleding zelf, maar andere laten het repareren omdat ze er zelf niet handig in zijn of vanwege tijdgebrek.
- Weggooien: sommige gooien hun kleding 'gewoon' weg bij het reguliere afval.
- Herbestemmen: oude kleding krijgt een nieuwe bestemming.
- Kledingcontainer: sommige deelnemers danken hun oude kleding af in een kledingbak/textielcontainer.

- Inleveren bij de kringloop: er zijn ook deelnemers die ervoor kiezen om kleding in te leveren bij kringloop.

**Bestuurskern**  
Directie Participatie  
Afdeling Dienstverlening en  
Advies

**Datum**  
15 januari 2024

## Ronde 2

Wat zijn voor jou redenen om kleding te kopen?



Waar let je op bij je aankoop?





## Opbrengst derde ronde

In de derde ronde is aan de tafels verder gepraat over de vraag: 'Hoe zorgen we ervoor dat er minder kleding wordt gekocht?'. Hieronder staan de ideeën van deelnemers zoveel mogelijk per categorie gegroepeerd. Soms komt het voor dat een idee aansluit bij meerdere categorieën. In deze gevallen hebben we het idee geplaatst bij de categorie die het beste past.

**Bestuurskern**  
Directie Participatie  
Afdeling Dienstverlening en  
Advies

**Datum**  
15 januari 2024

### Ideeën over het terugdringen van het aantal aankopen

- De overheid moet de beïnvloeding van sociale media, (spam)reclame en websites tegengaan.
- De overheid moet zich inzetten voor regelgeving die consumptie terugdringt, bijvoorbeeld door het verbieden van aftelklokjes die in beeld kwamen.
- Het aankoopproces van kleding moet moeilijker worden gemaakt, zodat mensen worden ontmoedigd om kleding te kopen.
- De overheid zou aanbiedingen van kleding terug moeten dringen, want die lokken mensen toch uit om nieuwe kleding te kopen.
- Er moet minder nieuwe kleding worden gemaakt, zodat mensen het moeten doen met de kleding die in omloop is.
- Er zou een regel moeten komen die het adverteren met nieuwe kleding en het aanbieden van kleding met grote kortingen verbiedt of inperkt.
- De overheid zou het aantal sale-momenten moeten terugdringen, zoals in België.
- Het minimumloon zou moeten worden verlaagd, zodat mensen zichzelf minder kleding kunnen veroorloven.
- De overheid zou met regels moeten voorkomen dat influencers op sociale media reclame maken voor fast-fashion.
- Stimuleer het gebruik van internetextensies die advertenties blokkeren.
- Stimuleer het kopen van 'dure' kleding, omdat deze van betere kwaliteit zijn (en daardoor minder snel hoeven worden vervangen door een nieuw kledingstuk).

### Ideeën over transparantie en kwaliteit(seisen)

- De overheid zou hogere eisen moeten stellen aan de kwaliteit en daarmee de levensduur van kleding. In tegenstelling tot vijftig jaar geleden is kleding niet meer gemaakt om meerdere jaren mee te gaan, en dure kleding betekent niet altijd een betere kwaliteit.
- Een consument moet meer zicht krijgen op de kwaliteit van kleding. Kledingstukken moeten daarom een paspoort krijgen waarin de route staat die de kleding heeft gemaakt (waar, waarvan en door wie is de kleding gemaakt?) In het paspoort moet ook inzichtelijk en transparant worden gemaakt hoeveel milieuvuiling het geproduceerde kledingstuk heeft aangericht.

- In productieketens zou de slechte kwaliteit van kleding en kinderarbeid moeten worden aangepakt.
- De labels in kleding moeten worden vergroot, zodat de informatie (over de werkelijke prijs van kleding) hier op een opvallende manier wordt weergegeven.
- Er moeten meer natuurlijke grondstoffen in kleding worden gebruikt, zodat het ook beter recyclebaar is.
- De overheid moet bedrijven die uitdragen dat ze duurzaam met kleding omgaan strenger controleren en aanpakken wanneer ze hun claims niet waarmaken.
- Mensen zouden veel makkelijker toegang moeten kunnen krijgen tot informatie over duurzame kleding en waar ze die kunnen kopen. Nu moeten mensen zich er nog te veel in verdiepen.
- De overheid zou de afvalstromen van afgedankte kleding transparanter moeten maken.
- De impact van kleding is vele malen groter dan die van de plastic verpakking. Om die reden moet er meer focus komen op het terugdringen van kleding zelf (en niet alleen op de verpakkingsmaterialen).

#### **Bestuurskern**

Directie Participatie  
Afdeling Dienstverlening en  
Advies

#### **Datum**

15 januari 2024

#### **Ideeën over de (eerlijke) prijs/verzendingkosten**

- Er zou extra moeten worden betaald wanneer consumenten online meerdere maten tegelijk bestellen om te passen. Hierdoor wordt deze optie minder aantrekkelijke optie.
- Er moet meer financiële prikkels komen die kleding duurder maken. Hierdoor gaan mensen op zoek naar alternatieven, zoals kledingruil en tweedehands. De bedoeling van de hogere prijs is dat consumenten worden geïnformeerd, en niet dat fabrikanten meer winst gaan maken.
- Het minimumloon zou over de hele keten moeten gelden.
- Het wordt makkelijk gemaakt om kleding online te kopen en snel te laten bezorgen/retourneren. *Same day delivery* moet duurder worden gemaakt om online aankopen tegen te gaan.
- De verzendingkosten van kleding (uit het buitenland) moeten door middel van wetgeving flink worden verhoogd, bijvoorbeeld via portokosten.
- De overheid zou de mogelijkheid van gratis verzendingkosten moeten verbieden.
- De overheid zou een verpakkingsbelasting moeten invoeren op de verpakking van kleding.
- Er zou statiegeld moeten komen op kleding van materiaal dat kan worden hergebruikt. Zuiver wol is bijvoorbeeld heel goed weer te gebruiken.
- Er zou een bodemprijs moeten komen voor fabrieksnieuwe kledingstukken, zodat mensen minder snel geneigd raken om hun kleding af te danken.

## Ideeën over kledingwinkels, -merken en -bedrijven

- Er wordt kleding geproduceerd die niet eens in de winkel terecht komt. Dit moet worden voorkomen.
- Er moet een limiet komen op winkels die nieuwe kleding aanbieden, afgezet tegenover het aantal tweedehandskledingwinkels.
- Kledingwinkels zouden minder vaak moeten wisselen van collectie. Sommige winkels hebben elke maand een nieuwe collectie.
- In winkels zouden er rekken moeten komen met tweedehandskleding, zodat klanten een alternatief krijgen voor fabrieksnieuwe kleding.
- Op dit moment hebben winkels vooral het doel om zoveel mogelijk kleding te verkopen. Ze moeten daarom een andere functie krijgen en nieuwe mogelijkheden krijgen om inkomen te genereren. Bijvoorbeeld als plek om kleding te kunnen wisselen.
- De overheid moet bedrijven positief stimuleren innovaties in te voeren op het gebied van circulair gebruik van kleding. Bijvoorbeeld met subsidies voor het opnemen van een herstelshop of als er kleding wordt gerecycled.
- De overheid moet de industrie meer wijzen op zijn verantwoordelijkheid in de verduurzaming van de kledingindustrie.
- De overheid moet producenten die kleding op de markt brengen stimuleren om ook voorzieningen te maken om kleding in te zamelen.
- De overheid moet eisen stellen aan de import van kleding.
- De bekendheid van regionale initiatieven (die iets doen met tweedehands/duurzame kleding) moet worden vergroot en toegankelijk worden gemaakt via bijvoorbeeld een website.
- De overheid moet bedrijven helpen met het ontwikkelen van financieel-aantrekkelijk, circulaire businessmodellen. Op deze manier wordt kleding langer gebruikt en vaker hergebruikt.
- Er moeten strengere sorteercriteria komen voor het aanbieden van tweedehandskleding, zodat de kwaliteit van aangeboden tweedehandskleding wordt verbeterd.
- De overheid moet kledingbedrijven die (naar eigen zeggen duurzaam/circulair werken) strenger controleren met wetgeving en voorkomen dat zij afgedankte kleding aan de andere kant van de wereld verbranden.
- De overheid moet beleid maken om kleding beter te scheiden van het restafval. Er zijn nu veel inzamelingsbakken, maar er is te weinig (toe)zicht op wat er vervolgens met deze kleding gebeurt.
- Er zouden kortere ketens moeten komen in de kledingproductie, zodat er meer overzicht ontstaat.
- Veel mensen zijn gevoelig voor nieuwe mode. Grote modemerken zouden daarom modeshows moeten organiseren met kleding die ze al hebben, en niet alleen voor de nieuwste modellen.

### Bestuurskern

Directie Participatie  
Afdeling Dienstverlening en  
Advies

### Datum

15 januari 2024

## Het delen, ruilen en (uit)lenen van kleding stimuleren

- Mensen met dezelfde maat zouden kleding vaker onderling moeten ruilen, bijvoorbeeld met behulp van een kledingtas. In zo'n kledingtas kun je steeds iets toevoegen of eruit halen, wanneer de tas wordt doorgegeven aan de volgende. Dit kan bijvoorbeeld handig binnen familie- of vriendenkring en/of buren.
- De overheid zou meer moeten doen om kledingruilmarkten/andere vormen van kledingruilsystemen te stimuleren en faciliteren. Op deze manier ontstaat er een grotere circulaire kledingcirkel en kunnen deze initiatieven ook een sociale functie krijgen.
- Op meer plekken in Nederland moeten kledingbibliotheken komen, waar je kleding kan huren voor een aantal weken.

### Bestuurskern

Directie Participatie  
Afdeling Dienstverlening en  
Advies

### Datum

15 januari 2024

## Ideeën over kleding maken en/of repareren

- Mensen zouden vaker hun kleding zelf moeten maken en/of herstellen. De overheid moet mensen helpen om dit onder de knie te krijgen, bijvoorbeeld door het stimuleren van repaircafés/reparatie-ateliers die cursussen organiseren over vragen als: hoe werkt een naaimachine? Hoe zet je een rits in? Dit is vooral een goed idee voor mensen die moeilijk rond kunnen komen, omdat kledingreparatie erg duur gevonden wordt.
- Lanceer een (tv-)programma 'Heel Holland Naait'. Als variatie op 'Heel Holland bakt' kan dit programma een stimulans zijn voor mensen om weer zelf kleding te gaan maken .
- De gemeente zou op de stadspas een vorm van gratis kledingreparatie moeten aanbieden aan de minima.
- De overheid zou het repareren van kleding goedkoper moeten maken. Soms ben je goedkoper uit als je een nieuw kledingstuk koopt dan wanneer je een bestaand kledingstuk laat repareren, zoals vaak het geval is bij schoenen.
- De overheid zou het laten repareren van kleding fiscaal aantrekkelijk moeten maken. In Frankrijk kun je voor € 200,00 per jaar reparatiebonnen indienen bij de Belastingdienst.
- (Tweedehands)kledingwinkels zouden vaker een goedkope reparatieservice moeten aanbieden.

## Ideeën over inzameling en hergebruik

- Als je meer kleding gaat hergebruiken, dan wordt er ook veel minder nieuwe kleding gekocht.
- Eventuele kledingoverschotten moeten beter worden gerecycled. Momenteel wordt er nog te veel van deze kleding vernietigd.
- Mensen moeten worden gestimuleerd om hun oude kleding tot nieuwe kleding te laten maken.

## Ideeën over het stimuleren van tweedehandskleding

- Nederlanders moeten worden gestimuleerd om duurzame kleding te kopen in eigen buurt. Om dit mogelijk te maken moet de gemeente inzetten op het behoud van tweedehandskledingzaken, die vaak een sociaal-maatschappelijke bijdrage leveren. Hier kunnen bijvoorbeeld mensen kunnen werken die een afstand tot de arbeidsmarkt hebben.
- De overheid zou lokale winkels (in de buurt) meer moeten stimuleren en promoten, en dan met name tweedehandswinkels. Deze winkels zouden ook moeten werken als sociale ontmoetingsplek voor de buurt.
- De overheid zou ervoor moeten zorgen dat grote kledingcoöperaties tweedehands kleding gaan verkopen.
- Het wordt steeds populairder en cooler om tweedehands kleding te kopen; om deze ontwikkeling te versterken, moet er meer worden ingezet op promotie.
- De overheid moet stimuleren dat er overal winkels komen zoals het Westervoortse Inloopkast De Cirkel, waar mensen voor een laag tarief tweedehands (kinder-)kleding kunnen kopen.
- De overheid moet het gesprek aangaan met modeontwerpers en modevak-scholen over het organiseren van modeshows met tweedehandskleding.
- De overheid moet kinderkledingruilbeurzen stimuleren, waar ouders terecht kunnen voor het ruilen van kinderkleding.
- De uitstraling van tweedehandskledingwinkels zou moeten worden verbeterd (minder muf worden gemaakt).
- Tweedehandskledingwinkels zouden een betere structuur en meer klantvriendelijkheid moeten krijgen, net zoals in winkels waar fabrieksnieuwe kleding wordt verkocht.
- Er zou meer financiële steun van de gemeenten moeten komen om tweedehandswinkels te helpen met het betalen van huur, vaste lasten etc. Ook zou de gemeente de huur voor duurzame kledingwinkels kunnen verlagen.
- De bereikbaarheid van tweedehandswinkels zou moeten worden verbeterd, bijvoorbeeld door deze vooral te plaatsen in de winkelstraten.

## Ideeën over het weg-/doorgeven van kleding

- Mensen zouden vaker kleding aan elkaar moeten doorgeven in een tas. Het restant dat steeds in de tas achterblijft kan dan worden gerecycled (zie ook *Het delen, ruilen en (uit)lenen van kleding stimuleren*)
- Gezelligheids- en sportverenigingen stimuleren om jaarlijks een kledingbeurs te organiseren. Kleding wordt daarvoor het gehele jaar verzameld, ook via familie en vrienden. De opbrengst gaat naar een goed doel.
- Mensen zouden vaker kleding moeten doorgeven in hun familie, bijvoorbeeld van moeder op dochter.

### Bestuurskern

Directie Participatie  
Afdeling Dienstverlening en  
Advies

### Datum

15 januari 2024

- Er zouden meer kledingweggeefmarkten moeten worden georganiseerd. Hier kunnen mensen met veel kleding hun kleding 'gratis' weggeven aan mensen die kleding hard kunnen gebruiken.
- Sociale plekken, zoals de kerk of schoolgebouwen, zouden één keer per maand een evenement moeten organiseren waar mensen kleding kunnen inleveren, zodat dit kan worden doorverkocht voor een erg laag bedrag.

**Bestuurskern**  
Directie Participatie  
Afdeling Dienstverlening en  
Advies

**Datum**  
15 januari 2024

### **Ideeën over voorlichting en bewustwording (algemeen)**

- Mensen en jongeren moeten beter bewust worden gemaakt van de verleiding van sale en de consequenties van het kopen van kleding (zowel voor het milieu als voor de arbeidsomstandigheden in fabrieken). Daarom moeten er bewustwordingscampagnes worden georganiseerd vanuit de overheid, scholen en (onafhankelijke) kennisinstellingen over negatieve gevolgen van een hoge kledingconsumptie.
- Consumenten moeten (bijvoorbeeld via tv-spotjes/sociale media/samenwerking met Netflix en Videoland) beter worden geïnformeerd over de milieuvuiling die wordt veroorzaakt door de productie van kleding. Hierin zou meer aandacht moeten komen voor de verantwoordelijkheid die de consument zelf draagt om minder te gaan kopen. Ook bedrijven zouden op deze verantwoordelijkheid moeten worden aangesproken.
- Voorlichting geven aan doelgroepen die veel kleding k (zoals jongeren), bijvoorbeeld over styling en goede pasvorm. Deelnemer noemt wel het risico dat mensen die veel fast-fashion kopen niet door dit idee bereikt worden.
- Het stoffige en onhygiënische imago dat veel (jonge) mensen van tweedehandskleding hebben moet worden aangepakt, bijvoorbeeld door de inzet van influencers/leden van het Koninklijk Huis. Deze bottom-upbewustwording heeft meer effect dan wanneer de informatie bovenaf door de overheid wordt 'opgelegd'.
- Mensen moeten worden gestimuleerd om de hoeveelheid kleding aankopen bij te houden, bijvoorbeeld in een huishoudboekje. Dit kan helpen hen bewust te maken van de vaak grote hoeveelheid aankopen die zij doen.
- Er moet worden ingezet op sociale preventie tegen het pesten van kinderen/tieners die geen 'moderne' kleding dragen. En dan ook meteen de groepen die zich totaal niet druk maken over het kopen van kleding inzicht geven in hun koopgedrag (elke twee weken een nieuw setje kleding bijvoorbeeld).
- Winkelen moet minder worden gepresenteerd als sociale bezigheid.
- Ouders moeten worden gestimuleerd om hun kinderen te leren dat (nieuwe) kleding geen statussymbool is en dat het normaal is om je kinderen al vanaf jonge leeftijd tweedehandskleding te geven. Een concrete manier waarop dit kan is dat je je kinderen leert dat er pas iets nieuws kan komen als er iets anders weggaat.
- Tijdens uitverkoopmomenten zouden er meer banners/abri's moeten verschijnen met waarschuwende teksten, zoals 'Black Friday let op! Heb je dit wel nodig?'

- Bij sportscholen kunnen uitingen worden opgehangen om bewustwording richting duurzaam kledinggedrag te kweken.
- Mensen moeten meer bewust worden gemaakt van de voordelen en mogelijkheden van lokaal kledingkopen, zoals ook al gebeurt voor het lokaal kopen van groenten en fruit. Hier moet meer aandacht en reclame voor worden gemaakt.
- Reclame voor fast-fashion op sociale media moet worden tegengegaan, omdat vooral jongere gebruikers vatbaar zijn om hierdoor meer kleding te gaan kopen.
- Er moet meer bekendheid worden gegeven aan de verschillende recyclingsmogelijkheden die er zijn voor oude kleding.
- Er moet meer aandacht komen voor de mogelijkheid om kleding te combineren en in allerlei verschillende creatieve vormen te gebruiken, waardoor je minder kleding hoeft te kopen.
- Mensen zouden minder moeten worden aangemoedigd om mee te gaan met de mode, en meer moeten worden gestimuleerd om meer een 'persoonlijke stijl' te ontwikkelen.

#### **Bestuurskern**

Directie Participatie  
Afdeling Dienstverlening en  
Advies

#### **Datum**

15 januari 2024

### **Ideeën over voorlichting en bewustwording (onderwijs)**

- In het onderwijs moet er weer sprake zijn van de vormingsklas, waarin kinderen na de middelbare school in één jaar worden klaargestoomd voor allerlei praktische zaken in de 'echte wereld'. Zij leren dan bijvoorbeeld om zelf kleding te repareren en te koken (dit soort kennis dreigt volgens bepaalde oudere deelnemers verloren te gaan onder jongere generaties).
- Kinderen moeten al op de basisschool kennismaken met tweedehandskleding, bijvoorbeeld met een ruilactie van schoenen.
- In het schoolvak 'burgerschap' zou meer aandacht moeten komen voor duurzaam (kleding)gedrag.
- Kinderen worden vanwege hun kleding ook buitengesloten. Het is goed om het daar over te hebben en kinderen van jongs af aan te laten zien dat tweedehands kleding juist heel goed is.
- Er speelt heel veel op sociale media en trends die elkaar versterken. Er zou meer voorlichting gegeven moeten worden op middelbare scholen over duurzame, circulaire kleding. Daarbij is het belangrijk om van jongs af aan te leren dat je niet altijd trends hoeft te volgen en je niet altijd hoeft mee te lopen met de rest.
- De overheid kan meer zichtbaar maken wat de impact is van het maken van kleding, door stil te staan bij de reis van een kledingstuk (zoals ArtEZ heeft gedaan). Basisschoolkinderen zijn makkelijker te vormen dan middelbare schoolkinderen, omdat deze laatste groep al veel sterker een eigen mening en stijl heeft ontwikkeld.
- Op school zouden (als vast onderdeel in het curriculum) workshops moeten worden gegeven over het maken van kleding (zoals op sommige vrije scholen). Kinderen kunnen zo ervaren dat het niet makkelijk is om kleding te maken en krijgen zo meer respect voor het ambacht.

- Stimuleer kinderen om duurzaam met oude kleding om te gaan door het organiseren van een project over upcyclen.
- Net zoals de arts in een klas komt vertellen hoe slecht vaperen is, zou er ook iemand in de klas moeten komen vertellen over de negatieve gevolgen van kleding kopen uit China en Bangladesh.
- Maak eens een virtueel schoolreisje naar een fabriek in Bangladesh. Vanaf de leeftijd dat daar kinderen in de fabriek gaan werken, kan je Nederlandse kinderen van diezelfde leeftijd dit gaan meegeven. Voor de iets oudere kinderen kun je ook laten zien hoeveel chemicaliën worden gebruikt en hoeveel water er nodig is voor het kleuren van een kledingstuk.
- Het zou al in het primair onderwijs moeten beginnen met een kledingproject bijvoorbeeld. Praat maar eens een maand over kleding. Vertel hoeveel water die spijkerbroek vergt. Laat zien dat het ene label echt niet beter is dan het andere, of soms ook wel. In het voortgezet onderwijs kan het dan nog wel herhaald worden.

#### **Bestuurskern**

Directie Participatie  
Afdeling Dienstverlening en  
Advies

#### **Datum**

15 januari 2024

### **Overige opmerkingen, overwegingen en aandachtspunten**

Verder noemden deelnemers nog enkele opmerkingen, overwegingen en aandachtspunten waar rekening mee moet worden gehouden bij het maken van een nieuwe beleidsplan:

- De overheid vraagt bedrijven duurzame producten te maken, dit komt nu in een stroomversnelling en ook kleding hoort daarbij.
- De tijdschriften geven de kleuren van dat moment aan, waardoor 20-, 30- en 40-jarigen worden gestimuleerd om nieuwe kleding te kopen.
- Als de gemeente zich te veel gaat bemoeien met deze initiatieven dan voelen de bewoners dit als "betutteling" en is er minder animo, omdat Nederlanders zich in dat geval gaan afzetten. Daarnaast leren mensen zo niet dat ze zelf initiatieven moeten opzetten.
- Je wordt door reclame en slimme algoritmes op social media en bepaalde apps gestimuleerd om nieuwe kleding te kopen. Vooral jongeren zijn hier vatbaar voor.
- Bijna alles komt de grens over, omdat het goedkoper is, consumenten willen goedkoop & sale.
- Het is vooral een mentaliteitsverandering, vroeger kocht je iets voor noodzaak en nu wordt de trend gevolgd.
- Het is tegenwoordig ook wel weer een trend om ouderwetse stijlen en tweedehands kleding te dragen.
- En deel van de verantwoordelijkheid ligt ook bij de overheid maar het minst bij de winkels.
- De Wijvenkraam in Arnhem is een goed initiatief, daar kan je een kraam huren voor 35 euro per dag waar je je 'oude' kleding kan verkopen.



- Sommige mensen zijn zich op bepaalde momenten heel bewust van de aarde en kopen daardoor tijdelijk minder. Toch blijkt het moeilijk om dit vol te houden met alle verleidingen.
- Zeker jongeren willen er goed uit zien, als dat goedkoop kan. Dan kun je nog zo vaak beelden laten zien hoe verschrikkelijk het is.
- Het zijn vooral online winkels die kleding voor een zeer laag bedrag kunnen aanbieden. De winkel kan het haast niet aanbieden voor die prijs, die hebben een gebouw en personeel.
- Een deelnemer vraagt zich af of je wel tegen een bestaand bedrijf dat geen wetten overtreedt een actie kunt beginnen om ervoor te zorgen dat er minder mensen naartoe gaan.
- In reactie op het idee voor meer voorlichting in het onderwijs vraagt hij een deelnemer zich af of docenten niet al genoeg aan hun hoofd hebben.
- Er is iets veranderd in de gezinssamenstelling. Gezinnen zijn kleiner geworden, dus het doorgeven van kleding gebeurt minder en moeders willen hun kinderen het beste geven, waardoor ze tweedehands niet goed genoeg meer vinden.
- Het lectoraat van ArtEZ heeft een jasje gekocht en onderzocht is waar elk onderdeel vandaan komt. Het blijkt internationaal en wordt in Bangladesh in elkaar gezet, verscheept naar een Nederlandse kledingwinkel en belandt uiteindelijk bij het Leger des Heils.
- Bij aanbiedingen lijkt het vaak alsof je geld wint, maar eigenlijk geef je toch uit.

#### Bestuurskern

Directie Participatie  
Afdeling Dienstverlening en  
Advies

#### Datum

15 januari 2024



# Wat doen jullie Vanavond?

**Bestuurskern**  
Directie Participatie  
Afdeling Dienstverlening en  
Advies

**Datum**  
15 januari 2024

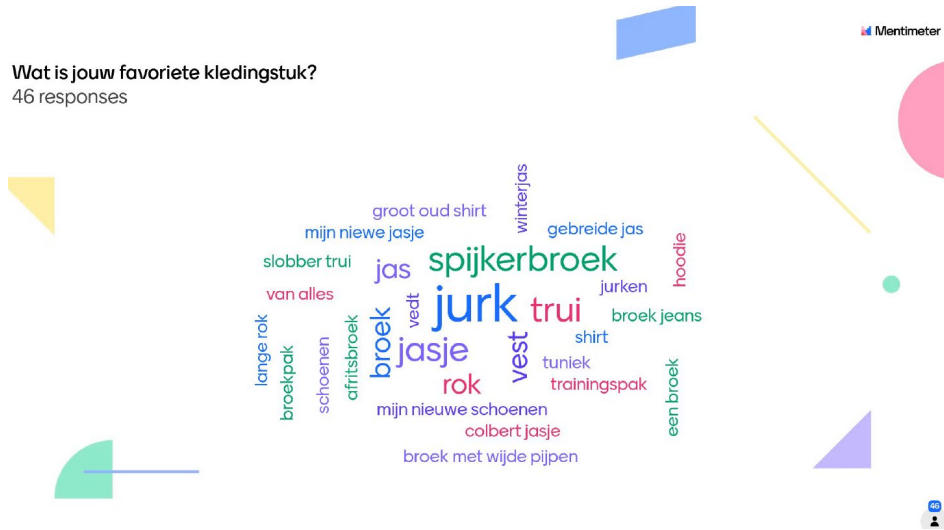


# Bijlage 1: resultaten Menti

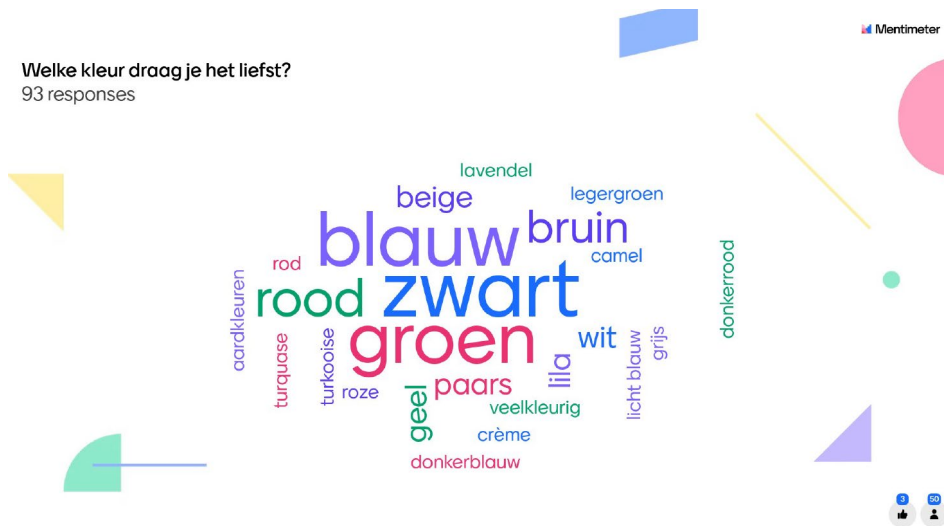
**Bestuurskern**  
Directie Participatie  
Afdeling Dienstverlening en  
Advies

**Datum**  
15 januari 2024

Wat is jouw favoriete kledingstuk?  
46 responses



Welke kleur draag je het liefst?  
93 responses





### Welk inzicht neem je mee uit het Kledingcafé? 58 responses

- Weer achter de naaimachine
- Bijhouden hoeveel kleding ik koop
- Heb ik het nodig?
- Op bezoek bij de Cirkel
- Veel werk aan de winkel!
- Bewustwording
- Rolmodellen
- Burgerparticipatie is best leuk
- Nog bewuster zijn in wat je koopt.

### Welk inzicht neem je mee uit het Kledingcafé? 58 responses

- Kleding kast uitmesten
- Veel gelijkgestemden die allemaal voor duurzaam zijn
- De waarde
- Repareren
- Dat het veel beter kan met het koop gedrag van de gemiddelde burger
- Heb ik het écht nodig?
- Kledingruilmarkten, meer bewustwording.
- Onderzoek ArtEZ
- Een nieuw programma waar ik presentatrice van word

### Welk inzicht neem je mee uit het Kledingcafé? 58 responses

- Nog meer bewustwording over waar kleding vandaan komt en waar het soms eindigd
- Er is nog veel te bereiken
- Minder kleding zou minder nieuwe kleding moeten zijn - maak tweede. Hands sexy
- Samenwerken met de cirkel, kleding repair cafés,
- Genaaid!
- Meer ruilbeursen
- Doorcoas
- Opvoeden
- Dat we het nationaal nooit gaan oplossen

**Bestuurskern**  
Directie Participatie  
Afdeling Dienstverlening en  
Advies

**Datum**  
15 januari 2024

### Welk inzicht neem je mee uit het Kledingcafé? 58 responses

Een kledingverdieping	Gemerkt dat er toch veel mensen goed bezig zijn	De Cirkel nog maar eens een kans geven Breipennen weer vaker oppakken
Meer te weten komen over verschillende duurzame initiatieven	Dat er toch meer mensen zijn die duurzaam denken en nadenken over t kopen aan kleding Meer info zoeken over initiatieven die er zijn voor 2de hands kleding	Bewustwording, dat in westervoort de Cirkel zit. Hoeveel mensen er al bewust mee bezig zijn.
Duurzaam	Overzicht waar welke beurzen zijn	There were a lot of fantastic insights, especially qua small simple solutions on on how to create awareness of the problems of fast fashion.

### Welk inzicht neem je mee uit het Kledingcafé? 58 responses

De cirkel Energie om kleding op te ruimen en goed door geven	Made in Bangladesh. NOT!!!!	Inspiratie voor plekken om kleding te brengen/te halen/ te kopen.Er is nog een hoop te doen en stof om na te denken wat ik nog kan doen!
Ruilen en gratis ophalen bij ShopvoorNop kleding bank	Bas heeft humor	Repareren, bewustwording van de waarde, ruilen, sociale gemeenschap ervan maken
De gemeente betrekken bij tweedehands kledingverkoop	Beste een leuke zaal bij Wieleman.	Kledingkast opruimen en goed uit besteden

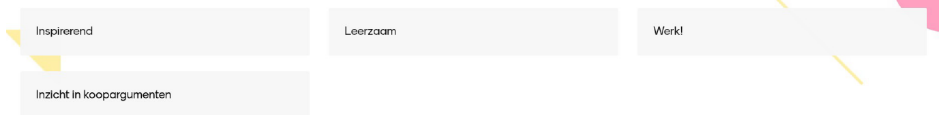
### Welk inzicht neem je mee uit het Kledingcafé? 58 responses

Keten van kledingindustrie in beeld voor jeugd	Inspirerend	Prikkelend
Ruilen	Inspirerend	Inzicht koopargumenten
Verbindend	Heel inspirerend	Leerzaam

**Bestuurskern**  
Directie Participatie  
Afdeling Dienstverlening en  
Advies

**Datum**  
15 januari 2024

Welk inzicht neem je mee uit het Kledingcafé?  
58 responses



**Bestuurskern**  
Directie Participatie  
Afdeling Dienstverlening en  
Advies

**Datum**  
15 januari 2024

Omschrijf deze avond in één woord  
40 responses

