

Waarom blijven we kleding kopen?

Afgelopen jaar heb ik als derdejaars student stage gelopen bij W.green, een branding & communication agency die werkt voor duurzame merken. Duurzaamheid heeft altijd al mijn interesse gehad. Maar door deze stage ben ik me nog meer gaan verdiepen in de neveneffecten van de fast fashion industrie. Zo zijn de arbeidsvoorwaarden zorgwekkend in sommige fabrieken. Textielarbeiders die in de Chinese fabrieken van kledinggigant Shein werken, maken dagen van 18 uur, hebben geen weekend en krijgen maar een derde van hun salaris uitbetaald als ze een fout maken (1). Naar schatting is de wereldwijde kledingindustrie verantwoordelijk voor 10 procent van de totale uitstoot van broeikasgassen (2). Volgens Joop Hazenberg, expert op het gebied van klimaatbeleid, is dat meer dan de totale lucht- en scheepvaart samen (3). Genoeg redenen om bewuste keuzes te gaan maken. Waarom blijf ik dan nieuwe kleding kopen?

Maakt kopen gelukkig?

Ligt het aan eindeloze marketing, de goedkope prijzen van fast fashion, of ligt het aan mezelf en ben ik op bepaalde momenten gevoelig voor impulsaankopen? Een tijdje terug ging ik winkelen met een vriendin en toen heb ik een rood blousje gekocht waarvan ik achteraf denk waarom? Het past niet eens bij mij. Waarom worden we eigenlijk gelukkig van kopen? Allereerst door het geluksgevoel dat wordt veroorzaakt doordat in je hersenen het chemische stofje dopamine vrijkomt. Een studie van de Universiteit van Michigan toonde aan dat retail therapy werkt. "Winkelen als therapie wordt vaak beschouwd als een inefficiënt, spilzuchtig en donker neveneffect van ons consumentengedrag, maar dat is te negatief: shoppen kan een efficiënte remedie zijn tegen verdriet," schrijven de onderzoekers in Journal of Consumer Psychology (4). Dat is niet het enige waarom we maar blijven kopen. We worden ook gemotiveerd om te geloven dat kopen ons leven gelukkiger maakt. Zoals 'winkelantropoloog' Paco Underhill het in een artikel in Psychologie magazine uitdrukt: 'We kopen het goede leven.' (5). Er wordt ons wijsgemaakt door marketing dat je voor elke gelegenheid andere schoenen moet hebben, dat kleding en spullen uit de mode raken, dat het kunnen kopen van nieuwe spullen een luxe is die ons status geeft. Tegenwoordig kopen we niet alleen kleding omdat we het nodig hebben maar omdat het onderdeel van onze identiteit

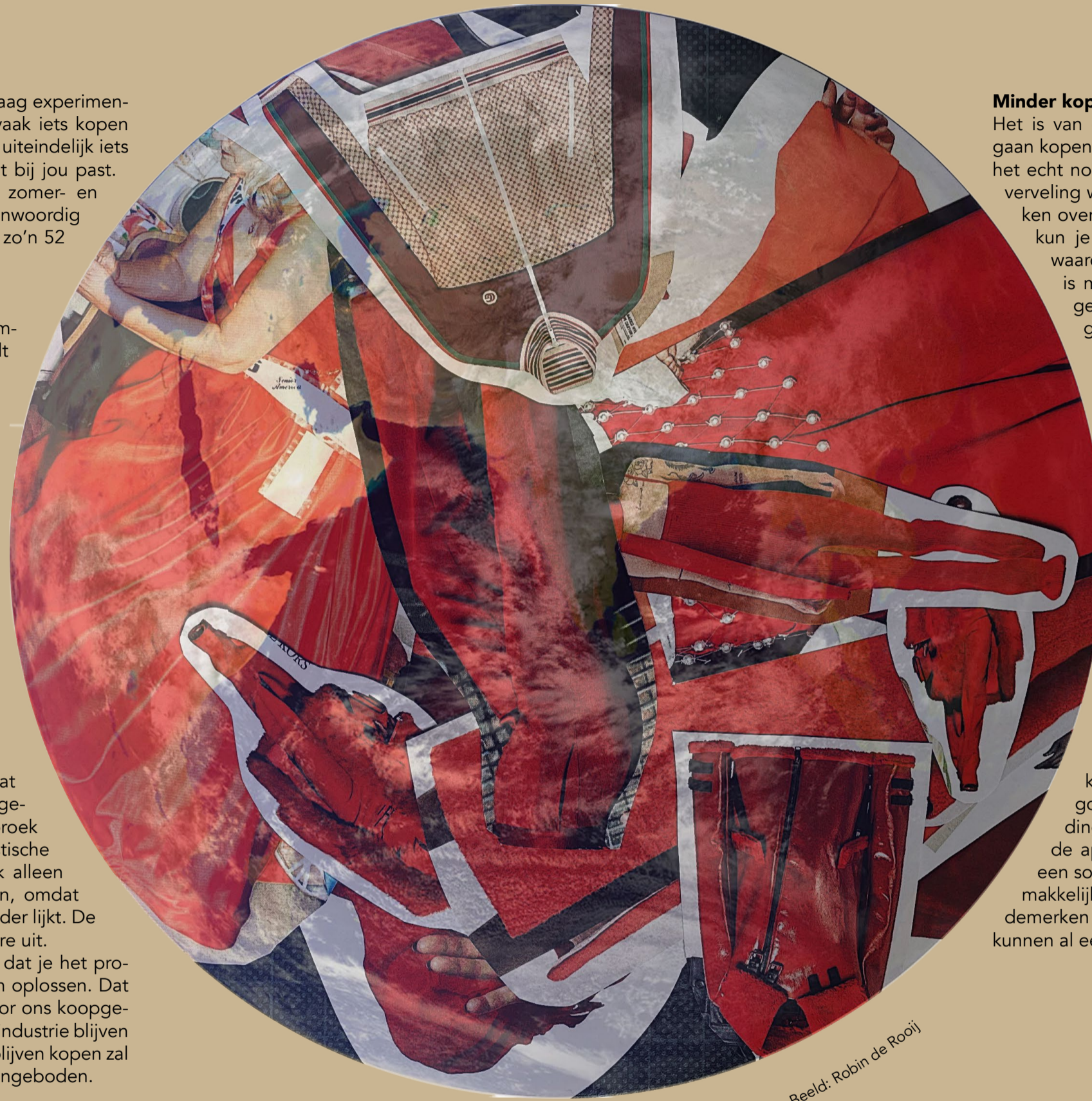
is geworden. We willen graag experimenteren, waardoor we ook vaak iets kopen wat trendgevoelig is en je uiteindelijk iets heb gekocht wat toch niet bij jou past. Vroeger hadden we een zomer- en een wintercollectie. Tegenwoordig maken fast fashion ketens zo'n 52 microcollecties.

Meer voor minder

We kopen ook meer omdat het goedkoop wordt aangeboden. Arjen Lubach zette in de avond show (6) de angstaanjagende cijfers van ons consumptiegedrag nog maar eens op een rij. We hebben gemiddeld 173 kledingstukken, waarvan we er 50 niet dragen, en kopen gemiddeld 46 nieuwe stukken per jaar. Ik herken de drang, die ik voorheen had om regelmatig iets nieuws te kopen. Waardoor kleding uit mijn eigen kledingkast verwaarloosd werd. We blijven kopen omdat we al eerder iets hebben gekocht. Nadat je die gave broek heb gekocht in die fantastische winkel, willen we eigenlijk alleen maar meer daarvan kopen, omdat de rest van de kleding minder lijkt. De ene aankoop lokt de andere uit. Vaak krijg ik als argument dat je het probleem niet als individu kan oplossen. Dat is enigszins waar, maar door ons koopgedrag kan deze fast fashion industrie blijven bestaan. Zolang wij maar blijven kopen zal dit steeds weer worden aangeboden.

Goed of slecht voor de economie?

Maar is meer consumeren dan niet ook goed voor de economie? Nee, als wij nog langer op onze aarde willen wonen niet. Babette Porcelijn auteur van het boek 'De verborgen impact' zegt in het programma Klimaatstudio op NPO Radio 1: "Het probleem van zoveel kopen is dat we ontzettend veel schade veroorzaken aan de economie. Kopen veroorzaakt klimaatschade, zo komen er veel stormen, overstromingen en droogtes. Die schades worden zo ontzettend duur dat de economie het niet meer kan opbrengen en we een collapse krijgen. Het is dus heel slecht voor de economie om door te gaan zoals we dat nu doen." (7)



Beeld: Robin de Rooij

Minder kopen

Het is van groot belang dat we minder gaan kopen, dat we nadenken over of we het echt nodig hebben, of omdat we de verveling willen doden. Door na te denken over de gevolgen van je aankoop kun je zelf bepalen of dit het wel waard is. Wat bij mij goed werkt, is mijn lijstje maken van de dingen die ik graag wil hebben. Zo geef ik mezelf wat bedenktijd, voorkom ik impulsaankopen, geef ik bewust mijn geld uit en koop ik uiteindelijk wat ik echt graag wil hebben. Ook ontwijk ik fast fashion winkels en koop ik het liefst duurzame merken of tweedehands. Veel mensen denken misschien dat dat duur is, maar goedkoop is vaak ook duurkoop. Voor goeie kwaliteit en eerlijke productie betaal je meer en dat is logisch als het ook langer mijn kleding maken werken onder goede werkomstandigheden. Minder kopen of kleding ruilen is natuurlijk nóg goedkoper dan goedkope kleding kopen. Zo is er bijvoorbeeld de app van het platform Renoon, een soort duurzame Zalando die het makkelijker maakt om duurzame modemerken te ontdekken. Kleine stappen kunnen al een groot verschil maken.

We weten inmiddels allemaal hoe schadelijk de kledingindustrie is. Student aan Academie Artemis Robin de Rooij is als bewust consument verbaast, dat ze toch weer iets heeft gekocht wat helemaal niet bij haar past. Wat zijn de redenen dat we blijven kopen?

Foto: Courtesy of ECOALF

