

# De eerlijke spijkerbroek van MUD Jeans

De kledingindustrie is uitermate vervuilend. Daarom maakt MUD Jeans spijkerbroeken van biologisch katoen, gemengd met gerecycled katoen en zonder milieuschadelijke verfstoffen. Bovendien kun je de broek leasen in plaats van kopen. Directeur Bert van Son voorziet een groeiend marktaandeel.

Spijkerbroeken maken van versleten exemplaren en spijkerbroeken leasen, zoals je een auto of een cv-ketel leest.

ter de rug, onder meer bij inkoop en kwaliteitscontrole, toen hij het merk MUD Jeans kocht. In de ontwikkeling van een gesloten kringloop investeerde hij een fors deel van zijn privévermogen, zoveel zelfs dat hij er soms slapeloze nachten van had. Pas sinds 2017 wordt een bescheiden winst geboekt en levert MUD Jeans naast de eigen webshop ook aan 300 winkels in 28 landen, waarbij Duitsland koploper is. 'Want Duitsers zijn eerder bereid om iets extra's te betalen voor duurzaam

miljoen kledingstukken over. Een fast-fashionbedrijf als H&M heeft de afgelopen jaren voor 60 ton aan overschot in kleding verbrand. Met alle uitstoot van CO2 van dien. 'Verbranden van kleding zou bij wet verboden moeten worden', vindt Bert van Son.

## Biologisch katoen

Omdat vijf à zes grote merken 95 procent van de jeansmarkt bezitten, wilde Van Son verdergaan dan 'alleen maar

Zonder bevlogen medewerkers die duurzaam waarde willen toevoegen met een dienst of product, is circulair ondernemen als start-up of gevestigd bedrijf een vrijwel onbegonnen zaak.

Wie bij MUD Jeans een oude jeans inlevert, van welk merk dan ook, krijgt er tien euro voor terug als korting op nieuwe jeans. Om je eerste jeans te leasen – in plaats van er eigenaar van te zijn – betaal je een aanbetaling van twintig euro en een maandfee van € 7,50 gedurende een jaar. Daarna zijn de opties: de broek terugsturen, en als je wilt omruilen voor een nieuw model, of de broek dragen tot hij versleten is. Wie na een paar jaar de broek inlevert, kan weer een nieuwe jeans leasen voor € 7,50 per maand.

Het concept Lease a Jeans past naadloos binnen de waarden van de circulaire economie, waarmee het Nederlandse MUD Jeans sinds 2012 aan de weg timmert. MUD staat overigens voor 'modder', ofwel water én grond, de ultieme circulaire grondstof.

## Privévermogen

CEO Bert van Son had al een carrière van 25 jaar in de kledingindustrie ach-

geproduceerde producten en diensten dan Nederlanders', aldus Van Son.

## Vervuilende branche

'Elke transformatie begint met een druppel', zo luidt de mantra van Bert van Son. Ook in de financieel armlastige jaren van zijn onderneming bleef hij rotsvast geloven in zijn overtuiging dat je op een duurzame manier spijkerbroeken en ander textiel kunt produceren, zonder arbeiders in lagelonenlanden uit te buiten en te spotten met hun gezondheid en veiligheid. Van Son: 'Ik was toe aan iets betekenisvols nadat ik had gezien hoe verrot de textielbranche is. Deze branche is, op de olie-industrie na, de meest vervuilende bedrijfstak die er is, met de stof denim als koploper. Voor de productie van een enkele spijkerbroek is 8000 liter water nodig.

De gemiddelde Nederlander heeft 5,4 jeans in de kast liggen. In Nederland houdt de modesector jaarlijks ruim 20

een spijkerbroek van biologisch geteelde katoen maken'. 'Mij ging het er niet om het zoveelste duurzame kledingmerk te zijn. Ik wilde proberen me te onderscheiden met iets wat nog geen enkele kledingproducent deed: leasen én recyclen van broeken.' MUD Jeans had in relatief korte tijd 3000 leasers, een volgens Van Son 'voornamelijk jonge generatie die kritisch kijkt naar de maatschappelijke en milieu-impact van bedrijven'. Het goed op orde krijgen van het IT-platform om de betalingen te regelen, kostte echter veel meer inspanning dan gedacht. Ook dat is een les: zorg dat de hele achterkant van je innovatie, de back-office, absoluut gelijke tred houdt met je productie en je marketing. Als duurzame ondernemer lig je ook extra onder het vergrootglas.'

## Het productieproces

MUD Jeans verzamelt oude spijkerbroeken en stuurt één keer per maand een

pallet naar een fabriek in Valencia om de broeken te recyclen. Daar wordt de stof geweven, gebleekt en gekleurd met louter milieuvriendelijke verfstoffen. Dat laatste is op zichzelf al uniek omdat veel andere spijkerbroekmerken de katoen waaruit de broek is vervaardigd indigoblauw verven met toxische stoffen, die als afvalwater geloosd worden. Na het recycleproces in Valencia gaat de stof naar de textielfabriek Yousstex in Tunesië. Hier worden er broeken van gemaakt. Honderd procent recyclen gaat niet, want met het *shred*den worden de vezels korter. Een non-stretch MUD jeans bestaat voor 40 procent uit gebruikte spijkerstof en 60 procent nieuwe, biologisch geteelde katoen.

## Vloggers

‘Door zo min mogelijk grondstoffen te gebruiken, verminder je de afvalstroom en wordt het makkelijker om te recyclen en circulair te produceren. Circulair ondernemen begint dus al bij nadenken over je design’, zegt Van Son, die voor zijn zoektocht naar het meest duurzame productieconcept en de kwaliteitsborging de in de internationale jeanswereld ervaren mensen uit de modebranche aantrok. ‘Zonder dit type bevlogen medewerkers’, benadrukt Van Son, ‘mensen die duurzaam waarde willen toevoegen met een dienst of product, is circulair ondernemen als start-up of gevestigd bedrijf



**Bert van Son**

marktleiders, moeten we ons geld slim besteden. Als de vloggers, ofwel de influencers op sociale media, ons verhaal vertellen, zijn we daar al zeer content mee.’

## B-corporate

MUD Jeans, dat wordt gefinancierd door de Triodos Bank, is geregistreerd als Benefit Corporation (B-Corporate),

dag maar al te snel afficheren als sociale onderneming terwijl het volgens Van Son in veel gevallen gaat om *green washing* met geraffineerde en geldverslindende marketing.

## Circulaire beweging creëren

‘Natuurlijk moeten en willen ook wij met MUD Jeans geld verdienen, maar dat is niet de grootste prioriteit’, zegt

# De mensen die onze jeans leasen zijn onze ambassadeurs in de reis naar een eerlijke kledingindustrie.

een lastige, een vrijwel onbegonnen zaak. We maken een product dat vanwege zijn duurzaamheidsclaim sowieso al kritisch onder de loep ligt, dus moet de kwaliteit van de broek, zowel pasvorm, treksterkte als de beschikbare kleuren, maar ook de sales, optimaal zijn. Omdat wij niet de budgetten hebben voor marketing en e-commerce als Levi's, Diesel en andere bekende

een ondernemingsvorm tussen een bv en een goededoelenorganisatie in. Voor de certificatie als B-corporatie moet een ondernemer op tientallen factoren een assessment ondergaan bij het internationale instituut B-Lab. Nederland telt inmiddels 48 van deze B-corporates. Daarmee is vooralsnog het kaf van het koren gescheiden in organisaties die zichzelf vandaag de

Bert van Son. ‘Belangrijkste is dat we een circulaire beweging creëren die een voorbeeld kan zijn voor andere kledingproducenten en naast winst ook verifieerbare sociale doelen nastreeft. De mensen die onze jeans leasen zijn onze ambassadeurs in de reis naar een eerlijke kledingindustrie.’

Interview: Loek Kusiak