**Naakten kleden**

Artikel van voorheen: [disk-arbeidspastoraat](http://disk-arbeidspastoraat.nl/)

Dit onderwerp wordt niet in brede zin verstaan als de zorg voor het naakte bestaan waarin mensen soms moeten leven. Het gaat over kleding.

*Kleding is belangrijk*  
Bij 'De naakten kleden' gaat het om de zorg voor mensen voor wie het kopen van kleding een te grote uitgave is. Kleding is belangrijk. Het beschermt je tegen de kou en behoedt je voor schaamte, want naakt voor een ander moeten staan wordt ervaren als een vernedering. Onbeschut voel je je kwetsbaar. Kleding heeft vele functies. Het geeft onderscheid tussen mensen, en status. "Iemands kleding en de lach van zijn tanden en ook de gang van een mens laten zien wie hij is", staat reeds in de bijbel (Jezus Sirach 19, 20). Kleding geeft groepsonderscheid. Denk maar aan sportteams, muziekkorpsen of klederdrachten. Er is aparte kleding voor rechters, advocaten, soldaten, verpleegkundigen, bouwvakkers, krijtstreeppakken voor mensen die bij de bank werken etc. Er is ook gelegenheidskleding voor bruiloften, begrafenissen, vakantie etc. Soms dragen mensen een sjaaltje om aan te geven dat ze ergens bij willen horen: een voetbalclub, pelgrims van een bepaald land in Rome, jubileum van een bisdom etc. In de kerk is er ook liturgische kleding en hebben verschillende kleuren een eigen betekenis. Met Pinksteren heeft een kerk in Deventer een oproep gedaan in het kerkblad om een rood kledingstuk aan te trekken. Rood was de kleur van die zondag. Gelovigen gaven gehoor aan en de geloofsgemeenschap zag er schitterend uit. Kleren maken de man. Kleding is heel belangrijk als je alleen al nagaat hoeveel spreekwoorden en gezegden er wel niet zijn in verband met een: hoed, pet, das, hemd, jas, broek, sokken, schoenen etc.

*Brugklassers*  
Met kleding die bij je past, kun je jezelf zijn. Dat besef begint al op jonge leeftijd. Voor de ene twaalf- of dertienjarige is het dragen van de juiste broek belangrijker dan voor de andere,

maar nadenken over hun uiterlijk doen ze allemaal. In een serie over brugklassers in het dagblad Trouw vertelde een meisje dat bij haar in de klas het uiterlijk heel belangrijk is. "De grootste groep meiden in de klas draagt de mode en de rest blijft achter. Die spelen tikkertje in de pauze."  Brugklassers van een andere school reageerden daarop. "Het is belangrijk dat je

geen kleding aan hebt die heel oud is. Je wordt wel een beetje op je uiterlijk beoordeeld. Het zijn meestal de kinderen die mooie kleren aan hebben die de groep leiden. Zij zijn 'stoer' en 'cool'. Dat komt alleen maar door hoe ze eruit zien." Een ander: "Bij ons op school bestaat de regel niet van 'met de mode meedoen'. Maar (bijna) iedereen doet het wel. Als je dan niet mooie kleren aan hebt, dan zeggen ze niet van 'Wat heb jij stomme kleren aan'. Dan gaan ze roddelen. Persoonlijke vind ik dat niet leuk. maar ik doe er wel aan mee. want anders wordt er over mij geroddeld." Een jongen: "Je wordt bij ons in de klas wel beoordeeld op hoe je eruit ziet. De jongens proberen heel erg op te vallen. Dat doen ze voor de meiden. De meiden proberen ook heel erg op te vallen. Er lopen bij ons wel vet coole gasten rond op school." Nog een andere jongen: "Bij ons zijn de meisjes wel heel erg met kleren bezig. Ze moeten persé zó'n broek aan, zó'n shirt, zó'n spijkerjasje." Een tegenreactie kwam ook: "Als je de hele week hetzelfde shirt aan hebt, ja dan gebeurt er pas wat bij ons. Als je met de mode mee zou moeten, dan zou je geld snel op zijn. Ik doe gewone kleren aan want dat ben ik gewend."

*Kleding in het zuiden van de wereld*  
In het Zuiden van de wereld kun je aan de kleren niet altijd zien of iemand arm is. Mensen zullen er alles aan doen om hun armoede te verbergen, ook al moeten ze daarvoor nagellak en lipstick kopen. Een van de normen voor het leven onder de armoedegrens is dat je niet in staat bent een tweede stel kleren te kopen. De reactie van een Nederlandse meisje dat op bezoek was bij een gezin in de Filippijnen is veelzeggend: "Op de waslijn hangt voor het hele gezin net zoveel als ik thuis voor mezelf in de kast heb hangen." Dat zette haar wel aan het denken.

Als je kleding hebt om te dragen, voedsel hebt in de koelkast, een dak boven je hoofd om te slapen, dan weet je zeker dat je beter af bent dan 75% van de mensen elders op de wereld.  
Schoolkinderen in de derde wereld dragen meestal uniformen om ze er o.a. netjes te laten uitzien en om voor gelijkheid tussen hen te zorgen. Sommige ouders van gezinnen zijn zelfs niet in staat om dit tenue voor hun kind te betalen. Aan het ene uiteinde van de wereld leven mensen die maar één stel kleren hebben en aan het andere einde leven mensen die het kwalijk wordt genomen als ze voor een tweede keer in eenzelfde jurk of pak zouden verschijnen. Sterren en mensen op TV moeten telkens iets nieuws dragen. Zo zijn onze normen.  
  
*Mode is geld*  
"Aan mode wordt in rijke landen veel verdiend" schreef een journalist in de Volkskrant. Niet in arme landen waar de mode gemaakt wordt. Alle mode ? Dat scheelt niet veel. Wie zich in iets nieuws hijst weet van de herkomst niets. De kleding heeft een merknaam en het modehuis een reputatie. Maar niemand weet waar de pracht gemaakt is en door wie en voor hoe weinig. Dat geeft een onbehaaglijk gevoel. Soms dringt wat tot ons door over uitbuiting en kinderarbeid in de confectie-industrie. En telkens weer wordt de onrust gesust door de westerse ondernemingen die zeggen zelf te schrikken van de bericht en maatregelen te zullen nemen. Maar dat onbehaaglijke gevoel blijft. Kleding kost ons geld. We hebben er voor betaald en toch staat er een rekening open. Katoenboeren, plukkers en naaisters in de confectieateliers krijgen geen loon naar werken. In feite betalen ze mee aan onze nieuwe spijkerbroeken, jasjes, jurken. Dat moet en kan anders, vinden sommige mensen.  
  
*Inzamelingsacties*  
Aanvankelijk, in de jaren ’60, werd gestart met het inzamelen via de bekende huis-aan-huis methode. Zakken werden in de gemeente via de brievenbussen verspreid en een aantal dagen later weer opgehaald. Rond 1990 kwam de kledingcontainer in beeld. Samen met de huis-aan-huis-acties is dit tot op de dag van vandaag de meest gebruikte inzamelmethodiek. Zo kennen we inzamelingen via kerken, organisaties en gemeenten, maar tegenwoordig ook via containers en depots bij particulieren. Daarbij gaat het vaak niet alleen om overtollige kleding. Ook dekens, schoenen, laarzen, breiwol, luiers, gordijnen, dekbedden, lakens, hand- of theedoeken, stoffen beesten etc. zijn welkom. Wat niet in de zak mag is: natte kleding, vloerbedekking, met olie en verf verontreinigd textiel.

**MOTIEVEN VAN BETROKKENHEID**

Van oudsher en ook in onze tijd gaan de meeste mensen zuinig om met de kleren die zij niet meer nodig hebben; ze worden niet zomaar weggegooid want ze kunnen op een of andere manier nog van nut zijn. Zelfs in onze tijd van overdaad hoor je nog steeds van families waar de te klein geworden broeken en shirts bewaard worden om opnieuw met plezier gedragen te worden door jongere (of slankere!) familieleden. Daarnaast krijgt overtollige kleding ook via particuliere handel een nieuwe bestemming, bijvoorbeeld via winkels waar trendy tweedehands kinderkleren worden verkocht; dan krijg je er zelf nog iets voor terug ook. Meestal echter wordt gebruikte kleding meegegeven aan inzamelingsacties. Bij dergelijke acties kunnen mensen vanuit verschillende of een mengeling van motieven betrokken zijn of raken. Op een of andere manier staat mensen daarbij vaak ‘het goede doel’ voor ogen. Daar gaan we allereerst op in. We stellen er vervolgens ook enkele vraagtekens bij, want meer en meer spelen in onze hedendaagse samenleving ook andere motieven een rol. Tenslotte laten we zien, dat er ook in onze christelijke geloofstraditie volop aspecten zijn waarbij aangesloten kan worden als we mensen tot betrokkenheid bij dit thema willen stimuleren.

**Voor het goede doel**

*Armen helpen met je goeie goed*  
De meeste Nederlanders doen overtollige kleding weg vanuit het idee dat tweedehands kleding ten goede komt aan hulpbehoevenden en kansarmen in binnenland en buitenland. Inzameling voor het goede doel sluit aan bij de beleving en motivatie van mensen omdat tweedehands kleding een emotionele waarde heeft en mensen verwachten dat de kleding ten goede komt aan wie geen nieuwe kleren kan kopen. Daar spelen de acties op in. Regelmatig zie je op een dag een rij met plastic kledingzakken langs de kant van de weg staan of vind je thuis in de brievenbus een zak. Steeds meer stichtingen en verenigingen benaderen parochies en gemeentebesturen met het verzoek een kledinginzameling te mogen organiseren of om containers te mogen plaatsen waarin de burgers hun gebruikte kleding kunnen deponeren voor ‘het goede doel’. Inzameling van oude kleren staat zo voor de meeste mensen in het kader van armoedebestrijding.  
  
*Armen helpen met geld en goed*

Veel mensen denken nog steeds dat charitatieve inzamelaars de tweedehands kleding  direct ter beschikking stellen aan kansarmen in binnen- en buitenland. Ze weten niet dat de meeste  
kleding wordt verkocht in Nederland. Het is nodig dat mensen beter geïnformeerd raken over

wat er met de kleding gebeurt. De charitatieve instellingen willen dat ook beter communiceren naar het brede publiek om geloofwaardig en transparant te blijven opereren. Dit betekent wel een cultuuromslag in de beeldvorming en informatie bij veel vrijwilligers.

Een organisatie die al dertig jaar kleding inzamelt en die vervolgens verkoopt aan gerenommeerde kledingsorteerders in Nederland is ‘Mensen in Nood’. Ze besteedt de opbrengst van de kledingverkoop vooral aan noodhulp en kinderprojecten zoals de opvang van straatkinderen in Latijns-Amerika, hulp aan vluchtelingen of aan ex-kindsoldaten in Afrika. En de verkochte kleding zelf gaat naar armen buiten de Europese Unie. De kledingactie van ‘Mensen in Nood’ dient dus een dubbel doel: kleding verschaffen aan een grote groep mensen in Oost-Europa en in de Derde Wereld, en financiën verwerven voor projecten in het kader van de inzet voor een menswaardiger én rechtvaardiger bestaan wereldwijd. Deze en dergelijke kledingacties sluiten aan bij de bereidheid en wens van veel mensen op een heel eenvoudige manier hun steentje bij te dragen aan ontwikkelingshulp. Het CBF (Centraal Bureau voor de Fondsenwerving) verleent een keurmerk voor al dit soort kledingacties voor goede doelen.

**Goed voor welk doel?**

*Goede handel*  
Veel mensen weten niet dat zich inmiddels ook commerciële inzamelaars op de markt van tweedehands kleding hebben gestort. Oude kleding blijkt goede handel te zijn, er is goed geld aan te verdienen. Maar het goede doel verdwijnt daarbij buiten beeld. De Vereniging Herwinning Textiel maakt jaarlijks cijfers bekend over de import en export van gebruikt textiel in en uit Nederland. Zij onderscheidt drie groepen verzamelaars: charitatieve of fondswervende instellingen (daar zijn er al meer dan elf van), kringlooporganisaties en commerciële bedrijven. Er bestaat in Nederland trouwens een samenwerkingsverband van instellingen voor kledinginzameling (de SVKI), dat tot doel heeft: méér inzamelen, overheden en burgers meer zekerheden en grotere duidelijkheid verschaffen, en bevorderen dat de opbrengsten ervan inderdaad worden besteed aan een goed doel. Juist omdat er goed geld mee te verdienen valt, dient erop toegezien te worden dat de inzameling van textiel en kleding verbonden blijft met ‘het goede doel’. Wanneer de snelle commerciële jongens het voor het zeggen krijgen raken immers twee zaken uit zicht die van groot belang zijn voor charitatieve instellingen gezien het doel dat zìj voor ogen hebben. Ten eerste moet de kwaliteit van de ingezamelde kleding goed zijn. En ten tweede is het belangrijk dat zij goede langdurige relaties met deskundige sorteerders en afnemers onderhouden. Daarom is het belangrijk in de gaten te houden dat er verschil is tussen charitatieve en andere inzamelaars.

*Goed voor het milieubeleid*

In het kader van het milieubeleid van de overheid zijn intussen ook burgerlijke gemeenten partij geworden op de markt van tweedehands kleding. Uit oogpunt van efficiency beschouwen sommige gemeenten textiel en kleding gewoon als ‘afvalstof’ in de zin van de wet- en regelgeving in Nederland, waarvoor dus géén aparte benadering nodig is. Ze willen droge componenten van het huishoudelijk afval (papier, glas, textiel) door één organisatie laten inzamelen, sorteren en verwerken. Opbrengsten uit de verkoop en verwerking van textiel en kleding kunnen dan gebruikt worden om de afvalstoffenheffing voor de burgers omlaag te brengen. Maar vooralsnog is onduidelijk of deze aanpak inderdaad efficiënt is. Hoewel iedereen is het er over eens is dat m.n. recycling belangrijk is, zien sorteerders thans weinig mogelijkheden die economisch en technisch haalbaar zijn. Hoe dan ook valt bij deze aanpak te vrezen, dat ook in dit geval het ‘goede doel’ van charitatieve inzamelaars uit zicht verdwijnt. Zíj zijn gebaat bij een zo hoog mogelijke kwaliteit van de kleding vanwege de betere prijzen. Daarom blijft gescheiden inzameling gewenst en blijkt het opnieuw nodig goed acht te slaan op het verschil tussen charitatieve en andere inzamelingsacties.

**Motieven uit de christelijke traditie**

*Van Martinus tot mantelzorg*  
Het logo van de Diaconie Bisdom Groningen geeft de mantel en de uitgestoken hand weer van Sint Martinus (316-397). Hij was soldaat in het Romeinse leger. Van hem wordt verteld dat hij zijn soldatenmantel in tweeën verdeelde toen hij een arme bedelaar langs de weg zag zitten. Later is hij christen geworden en uiteindelijk bisschop van Tours in Frankrijk (Gallië). In Gallië werd hij gezien als degene die de zegeningen van het christendom heeft gebracht en als brenger van cultuur en beschaving. Met de komst van het christendom vanuit Gallië kwam ook de verering van Sint Martinus mee. In Nederland werden vele Martinus-kerken gebouwd. Groningen met zijn Martinitoren is daarvan de bekendste. Martinus trok zich het lot van de armen zeer aan en daarom kan het Martinus-logo bijdragen aan diaconale bewustwording en handelen.

Ate Hamstra heeft een aantal keren een workshop schilderen gehouden rond een hongerdoek of een veertig-dagen-doek. Hij deed het ook op een diocesane Martinusdag voor vormelingen. "Ik doe zo'n project al een aantal jaren met een groep gemeenteleden van de Marturia-kerk in Assen. Als leraar tekenen ben ik verbonden aan de Christelijke Scholengemeenschap Vincent van Gogh, terwijl ik als vrij kunstenaar geregeld exposities heb. Nu vind ik het altijd leuk om met jongelui te werken, en met een groep aan een gezamenlijk project geeft altijd een stuk meerwaarde. Het thema voor dit jaar: steek je hand uit! met als leidraad de zeven werken van barmhartigheid, geeft inspiratie genoeg om daarmee aan de slag te gaan. Als centraal figuur wilde ik natuurlijk Martinus hebben. De dag is uiteindelijk naar hem genoemd! Een mooi logo was al aanwezig en kon ik goed gebruiken in de vormgeving. De schildering wordt gemaakt op twee grote doeken, van 2.70 lang en een hoogte van 1.60. Totaal wordt het dus een tweeluik van 5.40 lang. Het komt aan het eind van de dag voor in de kerk te staan en zal in de viering een rol spelen. Het ontwerp bestaat uit lijnen in de vorm van een vis ( verwijzend naar Christus) en in het midden krijgt Martinus dan gestalte. De bedelaar heb ik twee keer getekend: er is voor ons ook nog genoeg te doen, ook nu hebben mensen elkaar nodig.

Omdat ik graag met veel kleur werk, heb ik voor elk werk van barmhartigheid een kleur gekozen. Als we gaan schilderen zal ik ook bij elke kleur een "kernwoord" aangeven:

De hongerigen spijzigen  GEEL (koren) VOEDSEL  
De dorstigen laven BLAUW (water) WATER  
De naakten kleden ORANJE (Nederland) KLEDING  
De vreemdelingen herbergen GROEN (veilig)             GASTVRIJHEID  
De zieken bezoeken ROOD (rode kruis) KRACHT  
De gevangenen verlossen WIT (licht) UITZICHT  
De doden begraven PAARS (rouw) AFSCHEID  
  
Natuurlijk is de kleurkeuze persoonlijk, maar het geeft voor een groepsproject een stuk houvast en richting. De begrippen en kleuren kunnen meer betekenissen hebben. Water is er niet alleen om de dorst te lessen maar is voor het leven op aarde en voor de voedselvoorziening van levensbelang. Hoe veilig en hoe gastvrij zijn wij voor mensen als het op wonen en werken met elkaar aan komt. En de kleur rood slaat inderdaad op kracht, maar heeft ook alles te maken met de gezondheidszorg en het omzien naar elkaar in tijden van ziekte. Wit is gebruikt als kleur van uitzicht. Hierbij dacht ik in eerste instantie aan het werk van Amnesty International.

Hun logo, de kaars met het prikkeldraad vind ik niet zo goed in de schildering passen. Nu heb ik de wereldbol in wit getekend met daar omheen prikkeldraad dat niet meer vast zit, maar open springt. Hoe het resultaat zal zijn is nu nog een vraag. Aan het eind van de Martinusdag zullen we het zien!”.   
  
*Mantelzorg*  
Mantelzorg is van alle tijden. De term is afkomstig van professor Hattinga Verschure, rond 1970 verbonden aan de Universiteit van Utrecht, waar hij de leerstoel “Ziekenhuiswetenschappen" aanvaardde. Hij lanceerde de term "mantelzorg" eind jaren ‘70. Mantelzorg is langdurige en intensieve zorg door een naaste onbetaald verleend aan een zieke, oudere of gehandicapte. De mantel als symbool voor zorg heeft zo weer een nieuw leven gekregen.

*Woorden uit de Heilige Schrift*  
In de bijbel staan diverse teksten over kleding. Ter overweging enkele voorbeelden:

*- Deuteronomium 10:18-19* “Hij doet recht aan weduwen en wezen. Uit liefde geeft hij aan vreemdelingen voedsel en kleding. Daarom moeten jullie hen ook liefdevol behandelen”.   
- *Ezechiel 18:5-9* “Veronderstel, er is een goed mens, eerlijk en rechtvaardig. (…..) Wie honger heeft geeft hij te eten; wie naakt is geeft hij kleren. (…..) Zo iemand is rechtvaardig, hij zal zeker in leven blijven. Daar sta ik, God de Heer, voor in”.

*- Job 31:19-20* “Zag ik een zwerver, geen kleren aan zijn lijf en zelfs geen deken om zich toe te dekken, dan was hij mij dankbaar, want hij mocht zich warmen met de vacht van mijn schapen”.  
- *Efeziërs 6:14-15* “Stel u zo op: doe de waarheid om als gordel en doe de gerechtigheid aan als borstpantser. Bind onder uw voeten de bereidheid om de vredesboodschap te brengen. Draag daarbij het schild van het geloof: daarmee kunt u alle brandende pijlen van de duivel doden. Zet de helm van de redding op en pak het zwaard van de Geest, dat wil zeggen het woord van God”.  
- *Jacobus 2:1-4* “Broeders en zusters, u kunt niet het geloof hebben in Jezus Christus, de Heer der heerlijkheid, en u toch partijdig gedragen! Ik bedoel dit: veronderstel, er stapt in uw bijeenkomst een man binnen met een gouden ring en in schitterende kleding, en tegelijkertijd komt er een arme binnen in schamele kleren; als u nu opziet tegen de man met de schitterende kleding en zegt: `Gaat u hier zitten, dit is een goede plaats', terwijl u tegen de arme zegt: `Blijf jij daar maar staan', of: `Ga hier op de grond zitten, bij mijn voetbank', doet u dan niet aan discriminatie en oordeelt u zo niet op grond van verkeerde overwegingen?”.   
 **VORMEN VAN BETROKKENHEID**

We presenteren drie vormen van betrokkenheid: 'zorg', 'solidariteit' en 'verzet/strijd'. Zorg vindt vaak plaats vanuit de eigen kerkgemeenschap. Solidariteit vraagt meestal om samenwerking in een breder kerkelijk of maatschappelijk verband. Verzet/strijd vraagt bijna altijd om een breder kerkelijk énen maatschappelijk verband. De drie vormen van betrokkenheid lopen overigens vaak in elkaar over.

**1. Zorg: kledinginzameling**

We noemden hierboven al de kledingactie van ‘Mensen in Nood’, dat deel uitmaakt van de katholieke koepelorganisatie “Cordaid”. De Stichting ‘Mensen in Nood’ is een Nederlandse hulporganisatie van “Caritas Nederland” die bijstand en steun in noodsituaties verleent aan particuliere ontwikkelingsactiviteiten in de derde wereld. In 2001 heeft de stichting, die al meer dan 30 jaar kleding inzamelt, 3,4 miljoen kg aan kleding opgehaald.

Van recentere datum is de organisatie Kleding Inzameling Charitatieve Instellingen (KICI), in 1975 in Den Haag ontstaan uit een particulier initiatief. KICI stelt de ingezamelde kleding niet direct ter beschikking aan kansarmen in binnen- en buitenland. De kleding wordt in Nederland verkocht. Met de opbrengst wil KICI mensen de kans geven een onafhankelijk bestaan op te bouwen en op te komen voor hun rechten. Zij heeft ervoor gekozen om het merendeel van de opbrengst uit de verkoop van de ingezamelde kleding te geven aan Amnesty International, Hivos, Gered Gereedschap en andere projecten voor kansarmen. KICI ondersteunt projecten in ontwikkelingslanden en komt in actie wanneer noodhulp moet worden geboden aan slachtoffers in rampgebieden. Ook het Leger des Heils kan genoemd worden als een van de organisaties die actief zijn op het gebied van herbestemming van goederen. Deze en andere instanties bieden goede mogelijkheden waar parochies zich bij kunnen aansluiten.

**2. Solidariteit: winkels**

Met kledingacties worden meerdere goede doelen gediend, zowel ver weg als dichtbij. Hergebruik van kleding staat ook in het kader van solidariteit met mensen die van een uitkering leven. Op lokaal vlak bieden verschillende initiatieven mogelijkheden tot betrokkenheid bij deze goede doelen.

*Kringloopbedrijven*

Tussen de charitatieve instellingen en de commerciële handel nemen de kringloopbedrijven een eigen positie in. De kringloop heeft twee doelstellingen: stimuleren van hergebruik van goederen en sociale werkvoorziening. In het realiseren van deze doelstellingen is kringloop zelf het goede doel. Kringloopbedrijven opereren wel op een bedrijfsmatige manier. De belangen van kringloopbedrijven en charitatieve inzamelaars komen voor een belangrijk deel overeen en daarom onderzoekt men samenwerkingsmogelijkheden.

*Kledingwinkels*

Zeker in alle grote steden zijn er, vaak aangehaakt bij kerk- of buurtwerk, winkels die zich richten op het hergebruik van kleding. Zij verkopen schone gebruikte kleren, bieden een ontmoetingsmogelijkheid, en werkgelegenheid voor vrijwilligers. Inlichtingen over zulke initiatieven en wat je moet doen als je een kledingwinkel wilt opzetten zijn te krijgen via DISK Amsterdam en via www.disk-arbeidpastoraat.nl. Enkele voorbeelden van zulke winkels zijn:  
- De Diskwinkel in Rotterdam-Zuid, Putsebocht 145, 3073 HH Rotterdam, 010-4849414, Mw. Drs. A. de Krijger, Koninginneweg 170, 3078 GR Rotterdam, 010-4832172;

- De Maria Magdalenaparochie in Amsterdam Oud-West, Spaarndammerstraat 460, 1013 SZ Amsterdam, Werkgroep DISK-Amsterdam Centrum: Prins Hendriklaan 16, 1075 BC Amsterdam, 020-6223289.

*Wereldwinkels*

In vele plaatsen zijn ook Wereldwinkels te vinden. Uit onderzoek blijkt dat de helft van de parochies wel contact heeft met een Wereldwinkel. Soms zijn ze vanuit een parochie opgezet. Soms biedt een parochie gelegenheid tot verkoop van producten etc. In de Wereldwinkel wordt kleding uit de Derde Wereld verkocht, maar ook koffie, thee en handgemaakte artikelen. Vrijwilligers zorgen voor de inkoop van deze producten en voor de verkoop in de winkel. ‘De naakten kleden’ gebeurt hierdoor op afstand: niet door de mensen kleding te sturen, maar door ze een goede prijs te betalen zodat ze zelf in hun naakte bestaan kunnen voorzien. Wereldwinkels zijn unieke en inspirerende winkels met bijzondere producten uit niet-westerse culturen. De producten zijn verhandeld met respect voor mens en milieu. Met uw aankoop in één van de 400 Wereldwinkels in Nederland bevorderen we de eerlijke handel en daarmee aan een betere verdeling van rijkdom en macht in de wereld. We steunen de ontwikkeling van handwevers, zilversmeden, koffieboeren en pottenbakkers op het zuidelijk halfrond.

**3. Verzet/strijd: eerlijke handel**

*Fair Trade*

De kleding die in Wereldwinkels wordt verkocht wordt ook wel 'eerlijke kleding' genoemd, omdat er een eerlijke prijs voor betaald wordt aan de makers. Met een andere naam worden deze winkels daarom thans ook wel ‘Fair Trade winkels’ genoemd. Met de woorden ‘eerlijke handel’ wordt aangegeven, dat de betrokkenheid niet alleen de vorm van solidariteit heeft maar ook van langdurige inzet (verzet en strijd), gericht op zowel verandering van gedrag van consumenten als van wereldwijde structuren. Fair Trade winkels maken deel uit van een geheel van initiatieven en campagnes die uitdrukkelijk tot doel hebben te werken aan het oplossen van maatschappelijke vraagstukken op het terrein van kleding. Immers: met name de textielindustrie is verregaand geglobaliseerd. Kleding wordt daar gemaakt, waar dat het goedkoopste kan. Naar de rechten van de naaisters wordt nauwelijks gekeken. Een belangrijk aandachtsterrein op het gebied van kleding is de vervaardiging ervan. In zogenaamde lage lonen landen kan kleding zo gemaakt worden dat de prijs ervan laag blijft.

Aan de andere kant: de arbeiders moeten in de naaiateliers vaak onder slechte omstandigheden werken: weinig licht en lucht, lange werktijden, slechte voorzieningen, lage lonen. Gaandeweg komt de discussie over dit aspect van de armoedeproblematiek op gang. Eerlijke handel (fair trade) biedt ons als consument een concrete en eenvoudige manier om mee te helpen aan het bestrijden van de armoede en aan het verbeteren van de leefomstandigheden van producenten in het Zuiden. Binnen de eerlijke handelsketen werken producenten, importeurs en winkels op gelijkwaardige basis samen. Zij streven naar opheffing van de handelsbelemmeringen die producenten in ontwikkelingslanden ondervinden. Ook willen ze de markttoegang van de producenten uit ontwikkelingslanden vergroten. Tenslotte werken ze aan de bevordering van een duurzaam ontwikkelingsproces. De eerlijke handel moet aan een aantal criteria voldoen: een eerlijke prijs, langlopende contracten, voorfinanciering, ondersteuning bij productontwikkeling en respect voor mens en milieu. Een eerlijke prijs dekt de productiekosten, biedt producenten een redelijke levensstandaard en garandeert een marge voor investeringen in de toekomst.

*SARI: mode met meerwaarde*

Voor ondernemingen in het rijke Noorden is het een kwestie van maatschappelijk verantwoord ondernemen, dat zij ‘eerlijke handel’ bedrijven. Een van die ondernemingen is *SARI*

(Samenwerken Aan Rechtvaardige Import). De SARI WereldModeWinkels bestaan in ongeveer 10 plaatsen en bieden mode met meerwaarde. Het gaat om originele stoffen, mens en milieuvriendelijke producten, voor mensen die er goed willen uitzien én willen dat het goed zit met hun kleding. De handbedrukte en -geweven producten en accessoires hebben een exclusieve en verrassende uitstraling. Wie niet meer van hetzelfde wil, maar zoekt naar originaliteit én rechtvaardigheid, is bij de SARI WereldmodeWinkels aan het juist adres. De meerwaarde geldt zeker ook voor de producenten in ontwikkelingslanden. Alle producten worden direct betrokken van coöperaties of via 'eerlijke' importeurs. Dit garandeert een rechtvaardige prijs, betere arbeidsomstandigheden en continuïteit van de afname. Er zijn trouwens ook organisaties die modeshows en voorlichting verzorgen met en over 'schone kleding' en tevens behulpzaam bij het opstarten van acties rond rechtvaardige handel en kritische consumptie. RAPPA-mode is zo'n organisatie. RAPPA-mode koopt kleding in via Fair Trade Natural Clothing. Twee keer per jaar wordt er een collectie vervaardigd.

*KUYICHI – schone kleding*

Kuyichi (indiaans voor ‘regenboog’, spreek uit: koe-ji-tsji) is een merk dat 'schone' kleding levert. Kiyuchi maakt kleding waarbij de vervaardiging gepaard gaat met goede arbeidsomstandigheden voor de werkers, een eerlijk loon, zorg voor continuïteit en aandacht voor de het milieu. De fair trade kledinglijn Kuyichi is inmiddels op meer dan zeventig plaatsen te koop.

Op internet vindt u het meest recente overzicht met adressen. De collectie omvat naast jeans een steeds uitgebreider assortiment bovenkleding: T-shirts, blouses, vesten, truien en jasjes. De "tops" (blouses etc) verkopen zelfs beter dan de "downs" (broeken etc). Met Kuyichi willen de initiatiefnemers de strijd aanbinden tegen het geiten-wollen-sokken-imago van veel mens- en milieuvriendelijke producten. Een eerlijk product dat jongeren aanspreekt, van goede kwaliteit en modisch design. De kleding is te herkennen aan een ecolabel. De jeans, jassen en truien waar Kuyichi mee op de markt komt zijn dus eerlijke producten. Kuyichi zet zich in voor een duurzame economie in die landen in Latijns-Amerika waar de collectie wordt geproduceerd. Daarbij heeft ze respect voor de sociale en milieutechnische aspecten. De grondstof is milieuvriendelijk verbouwde katoen. De katoenboeren en naaiateliers worden normale menswaardige arbeidsomstandigheden geboden met goede faciliteiten en medische voorzieningen. En uiteraard een leefbaar loon. Kuyichi is een initiatief van Solidaridad, een ontwikkelings organisatie die zich richt op Latijns Amerika. Solidaridad financiert kleinschalige projecten en maakt zich sterk voor eerlijke handel in koffie, bananen en kleding. Solidaridad werkt samen met partners aan een economie met een sociaal én milieuvriendelijk gezicht. Bedrijven in ontwikkelingslanden die een fair price verdienen.Solidaridad is voor een derde eigenaar van Kuyichi. De resterende aandelen zijn in handen van de medewerkers van de katoenplantages en naaiateliers enerzijds en de Triodos Bank anderzijds. Alle deelnemers in Kuyichi krijgen hun deel van de omzet en hebben evenveel zeggenschap. Kortom, Kuyichi is fair trade: fair price, fair say, fair share. Solidaridad gebruikt uw bijdrage aan dit fonds voor het ontwikkelen van milieuvriendelijke grondstoffen en sociaal verantwoorde productieomstandigheden. Op termijn moet immers alle kleding duurzaam worden.

**PRAKTIJKVOORBEELDEN**

**1. Zorg: kledinginzamelingsactie**

Een voorbeeld van een kledingactie voor ‘Mensen in Nood’ komt uit *Wehe-den Hoorn* in de  
provincie Groningen. Berto Merx schreef daarover in het Groningse bisdomblad een artikel: "Een stuk of drie naaimachines staan in de ruststand in het kamertje van de pastorie. In de kasten hangen gerepareerde kledingstukken, nieuw gemaakte kleuterpakjes. In een andere kast liggen de gebreide en gehaakte werkstukken, van babydekens, tot vesten en truien. Het zijn de stille getuigen van de activiteiten van de werkgroep Mensen in Nood. Het resultaat hiervan: jaarlijks vindt zo'n 1800 tot 2000 kilo kleding vanuit Wehe-den Hoorn z'n weg naar behoeftigen, waar ook ter wereld”. Berta Durenkamp-SchoItens (79) van de werkgroep Mensen in Nood komt niet op grote woorden als ‘Werken der Barmhartigheid’ of ‘het kleden van de naakten’. Immers: “Dat krijg je van huis mee. Zolang je gezond bent moet je klaar staan voor een ander. Je moet helpen waar je kunt. Meer is het niet”, zegt ze met enige twijfel in haar stem. De twijfel? Ze benadrukt het nog eens als we een foto maken: “Je hebt hier de steun van andere mensen voor nodig. Er is een vrouw van in de tachtig die nog fanatiek haakwerk aflevert. Dat is een prestatie die we ook moeten noemen”.   
Het principe van de werkzaamheden van de werkgroep is eenvoudig. In het voorjaar en het najaar verschijnt een oproep in het parochieblad om de kasten nog eens na te kijken op overtollige kleding. Berta Durenkamp: 'We hebben er altijd op gehamerd dat het goede draagbare kleren en schoenen moeten zijn. In het begin kregen we nog wel eens een doos of zak met echte rommel. Het gaat erom dat het schoon en heel is en dan kunnen we zelf nog wel een knoop of kapotte ritssluiting herstellen. Soms krijgen we rollen stof waar we zelf kleren van maken”. Is er in de loop der jaren  met de toenemende welvaart sprake van verandering van wat mensen aan de kledingactie geven? “Er zitten soms helemaal nieuwe kleren bij die nog nooit gedragen zijn. We hebben net van een schoenenwinkel een hele partij nieuwe schoenen gekregen die onverkoopbaar zijn vanwege de veranderde mode”.

**2. Solidariteit: winkels**

In *Reeuwijk* zijn na langdurig overleg textielcontainers geplaatst. Voorwaarde was dat samenwerking tot stand moest komen met de lokale kringloop 'De Kring’. Deze kringloop heeft als doelstelling hergebruik te bevorderen en afval te verminderen, en werkt alleen met vrijwilligers. Met de opbrengst worden verschillende projecten gefinancierd. In *Amersfoort* is er een kinderkledingbeurs. De Vicentiusverenig*ing in Roe*rmond heeft een winkel met kleren voor migrante*n.* In *Hillegom* voert de justitiepastor actie voor kleding voor gevangenen.   
In *Zuidlaren* is, vanuit de Werkgroep Vluchtelingenhulp van de kerken, een kledingwinkel opgezet voor verkoop van goede kleding t.b.v. asielzoekers. Deze floreert al 8 jaar onder de bezielende leiding van de heer Ferkranus. Twee leden van de MOV-groep hebben namens de parochie zitting in de Interkerkelijke Werkgroep Vluchtelingen.

Een winkel is een goede mogelijkheid voor de parochie om te steunen. Een tweedehandswinkel lukt lang niet overal. Voordat je begint, is het verstandig eerst eens je licht op te steken bij andere initiatieven. En houd een klein 'marktonderzoek', want niets is zo frustrerend als een winkel zonder klanten. Het draagvlak kun je vergroten door gesprekken te houden met collegakerken. Een tweedehandswinkel hoeft ook niet perse alleen gebruikte kleding te verkopen. Zet dàt op touw, waar de parochie het meest behoefte aan heeft. Uit een parochieblad: "Niemand heeft belangstelling voor een tweedehands winkeltje, dachten we, maar na de jaarlijkse braderie van onze parochie bleven we met zoveel kleren zitten dat we toch maar een poging waagden. In een zaaltje naast de kerk zijn we begonnen: een paar kledingrekken met goede tweedehandskleding, twee ochtenden per week. Na een paar weken konden we al drie ochtenden open! Vooral de winterjassen waren in een mum van tijd verkocht. Daar bleek echt behoefte aan. Eigenlijk nooit geweten dat er hier mensen woonden die van zo weinig geld moesten rondkomen. Nu we een poosje bezig zijn weten ook mensen van andere kerken waar ze met hun goede gebruikte kleding heen kunnen. We zorgen ervoor dat er altijd koffie staat te pruttelen. Mensen komen voor een jas of een broek maar je merkt ook wel dat ze voor een praatje binnenstappen. En wat zo leuk is, een vrouw die hier kinderkleren kocht, wilde ook wel eens een ochtend meedraaien. Vandaar dat we binnenkort vier ochtenden open gaan!"

**3. Strijd/Verzet: campagnes**

De werkgroep Internationale Contacten en Bewustwording Midden-Drenthe (Wiceb) organiseerde onlangs op donderdagavond om 19.00 uur een *Schone Kleren Activiteit*. De avond werd geopend door een wethouder van de gemeente in het Molukse wijkcentrum. Vervolgens was er een modeshow door SARI-Dalfsen met medewerking van leerlingen van de christelijke en openbare basisschool. Marijke Zaalberg vertelde over de Stichting ‘Naar school’ in Haïti. Naast een stand van de kerken waren er ook verschillende stands voor verkoop van kleding en producten uit derde Wereldlanden.

Parochies en kerken kunnen heel goed participeren in kledingcampagnes die door andere organisaties worden opgezet. De *Schone Kleren Campagne* is daar een voorbeeld van. Vaak doen de Vastenaktie, Solidaridad en de Missionaire Agenda ook suggesties aan parochies om in deze richting kontakten te leggen. De Schone Kleren Campagne richt zich met name op overheidsinstellingen. Ook gemeenten kopen jaarlijks voor een aanzienlijk bedrag aan kleding in: werkkleding en uniformen voor diverse gemeentelijke diensten zoals bijvoorbeeld de brandweer, de plantsoenendienst, de reinigingsdienst en de vervoersbedrijven. De gemeente kan laten zien dat zij het belangrijk vindt dat kleding op een goede manier geproduceerd wordt door zelf het goede voorbeeld te geven. Ambtenaren in Groningen krijgen zo ‘schone kleding’, in navolging van de gemeente Amsterdam. Ook het leger gaat ‘schone kleren’ krijgen. Het gaat erom dat de meeste kleren die we aantrekken onder mensonwaardige omstandigheden zijn gemaakt en dat de productie van grondstoffen en textiel ook nog eens zeer schadelijk is voor het milieu. Dat is geen prettige gedachte. De Schone Kleren Campagne streeft samen met consumenten naar verbetering van arbeidsomstandigheden en -voorwaarden in de kledingindustrie wereldwijd. Lokale groepen kunnen van alles doen rond deze campagnes. Een groep kan samen met andere kerken of groepen de burgerlijke gemeente benaderen en lobbyen voor een motie. Ook kan de lokale krant gevraagd worden om een artikel te plaatsen over het project *Schone Kleren Gemeente*. Nodig is wel eerst met anderen workshops te volgen over beleidsbeïnvloeding op gemeenteniveau. Een deel van de tijd moet besteed worden aan informatie over de kledingindustrie en in een ander deel aan een aantal basisvaardigheden voor beleidsbeïnvloeding.

Uit een recent onderzoek in het bisdom Rotterdam blijkt dat zo'n 85 % van de parochies in december, de adventstijd, collecteert voor Solidaridad. Sommige parochies ontvangen ook mensen uit Latijns-Amerika. In *Schoonebeek* hangt altijd een cirkel met een kruis daarin boven het altaar. Enkele bezoekers uit Latijns-Amerika zagen daarin hun Kuyichi-logo en riepen blij verrast: "Ons logo hangt in de kerk!". *Heerenveen* had een katoenboer en een ateliereigenaar uit Peru uitgenodigd. Na de zondagsviering werd er, met een tolk, met hen gesproken. In de parochie *Gorredijk* werd als inleiding op de viering een video vertoond over het kledingatelier. De viering stond verder in het teken van Solidaridad. Na de viering werd het spijkergoed van Kuyichi en kleding uit de Wereldwinkel getoond. *Drachten* en vele andere parochies hebben de kledinglijn van Kuyichi geshowd.   
**VERWIJZINGEN**  
  
Voor meer informatie of deelname aan kledingacties kunt u de volgende adressen raadplegen.  
  
*Mensen in Nood*  
Postbus 16436, 2500 BK Den Haag, 070-3135200. E-mail: [info@menseninnood.nl](mailto:info@menseninnood.nl). De site [www.menseninnood.nl](http://www.menseninnood.nl). geeft informatie over: de kledingactie, makkelijk helpen, inleverlocaties & containers, vrijwilligers, contact kledingactie. Meer informatie over het werk als depothouder i.v.m de kledingactie is te krijgen bij mw. Yvonne Link, Steenbok 11b, 5215 MG ’s-Hertogenbosch, 073-6871060.

*Wereldwinkels*

Zijn in vrijwel alle grotere plaatsen te vinden. Informatie op: [www.wereldwinkels.nl](http://www.wereldwinkels.nl/).

*Fair Trade*

Op de internetsite [www.fairtrade.nl](http://www.fairtrade.nl) vindt u informatie over: producten, winkels, grootverbruik, producenten, spel & studie, contacten & links.

*Kuyichi*  
De Fair Trade kledinglijn Kuyichi is inmiddels op meer dan zeventig plaatsen te koop. Op [www.kuyichi.com](http://www.kuyichi.com) is het meest recente overzicht van verkoopadressen te vinden.

*Schone Kleren Campagne*

Postbus 11584, 1001 GN Amsterdam. Medewerkster Christa de Bruin is te bereiken op   
020–4122785. Op de website [www.cleanclothes.org](http://www.cleanclothes.org) vindt u informatie over: de campagne, bedrijven, protestbrieven, publicaties, nieuws, codes, juridische zaken, contacten.

*SARI WereldModeWinkels*  
De site [www.sari-textiel.nl](http://www.sari-textiel.nl) geeft informatie over: partners, productie, links, technieken, draagdoeken voor babies, nieuws.

*Landelijke India Werkgroep*

Mariaplaats 4, 3511 LH Utrecht. Via tel. 030 232 13 40 kan mw. Jantien Meijer u de benodigde informatie leveren. Op de site www.indianet.nl treft u een handleiding voor actie aan.

*Kleding Inzameling voor Charitatieve Instellingen (KICI)*  
Viaductweg 2, 2525 KL Den Haag, 070-383 03 06. Uitgebreide informatie op de website [www.kici.nl](http://www.kici.nl) over de "goede doelen": Amnesty International, Hivos, Gered Gereedschap en andere projecten voor kansarmen.

*Samenwerkingsverband kledinginzameling voor charitatieve Instellingen (SVKI)*  
Het secretariaat is bereikbaar: ma.-do. van 9.00 tot 16.00 uur en vrij. 9.00 tot 12.00 uur. Tel. 043-4081974  Fax 043-2672451. De website [www.svki.nl](http://www.svki.nl) geeft informatie over: geschiedenis, toekomst, leden/links en statistieken.

*Stichting Sociaal/Medische Hulpverlening aan Oost Europa (SHMO)*

Verleent structurele hulp in onder meer de voormalige Oostbloklanden op sociaal en  
medisch gebied in de ruimste zin van het woord aan ziekenhuizen, instellingen voor geestelijke gehandicapten, kindertehuizen en scholen. SHMO is tevens actief op het gebied van drinkwatervoorzieningen. Postbus 160, 6230 AD Meerssen, 043-3645456.

*Stichting Humana Fondsenwerving*  
Het doel van Humana is om de leefomstandigheden van behoeftige mensen te verbeteren, met name in de derde wereld. Bovendien verstrekt Humana noodhulp aan mensen die zijn getroffen door rampen. Postbus 15, 3980 CB Bunnik, 043-3637657.

*Leger des Heils Kledingactie*, Tel. 0900-9900099

De site [www.legerdesheils.nl](http://www.legerdesheils.nl) geeft informatie over de maatschappelijke en humanitaire activiteiten van het Leger. Het streeft zijn doelstelling na jegens eenieder die daaraan behoefte heeft zonder onderscheid naar godsdienst, levensovertuiging, politieke gezindheid, ras, geslacht of welke andere in het kader van haar doelstelling niet relevante grond ook. Spoordreef 10, 1315 GN Almere, 036-5398285.

*Solidaridad*  
Goedestraat 2, 3572 RT Utrecht, tel.030-2720313. Internet: [www.solidaridad.nl](http://www.solidaridad.nl)

*De Vereniging Herwinning Textiel*  
Zie: www.vht-hergebruik.com. De vereniging, opgericht in 1949, telt 60 organisaties als lid.   
  
**Literatuur**  
  
Nico Roozen & Frans van der Hof: *Fair trade. Het verhaal achter Max Havelaar-koffie, Oké-bananen en Kuyichi-jeans*. Amsterdam, Tweede druk 2002, ISBN 90-5515-315-x/nur 740  
  
*Missionaire Agenda*, jaargang 20, nr. 2, werkjaar 2002/2003: Een wereld anders, o.a. over globalisering en textielindustrie. Nederlandse Missieraad, 073-6921355  
  
*Suske en Wiske* nr 79: De Zeven Snaren, Amsterdam 1980. (De zeven snaren staan voor de zeven werken van barmhartigheid)  
  
Tom Knippers e.a. : *Licht Delen. Sint Maarten na 1600 jaar*. Een parochieproject rond het feest van Sint maarten op 11 november: om te vieren, om te leren, om daadwerkelijk te doen. Assen, 050-4065888  
  
**Musea**  
In diverse musea zijn er bijzondere exposities over kleding en klederdrachten in verschillende landen: Missiemuseum in Steyl; Kleding van Ghana in het Rijksmuseum te Amsterdam; Textielmuseum in Tilburg; kleding en folklore in regionale musea.

**GEDICHT**

*Uit de Filippijnen: Wereldwijd brevier 2.*

Luister christen,  
Ik was hongerig  
en jij vormde een actiegroep  
en bediscussieerde mijn honger.  
Ik dank je.

Ik was naakt,  
en ernstig ben je nagegaan  
en heb je gediscussieerd,  
of mijn naaktheid wel zedelijk was.  
Ik dank je.

Ik was ziek

en jij knielde en dankte God

voor jouw eigen goede gezondheid.

Ik dank je.  
Ik was dakloos  
en jij preekte tot mij  
over het geestelijk onderdak  
en de liefde van God.  
Ik dank je.

Ik was eenzaam en verlaten

en je liet me alleen

om voor mij te bidden.

Ik dank je.  
Jij bent vroom en heel dicht bij God.  
Maar ik, ik ben nog steeds  
hongerig, alleen,  
naakt, ziek en gevangen,  
dakloos en koud.