

Het  
Jongeren-  
akkoord '25

Position paper

# Goedkoop is duurkoop:

Ultra fast fashion sloopt meer dan je denkt.

Circulaire Economie

APRIL 2025



JONGE  
KLIMAAT-  
BEWEGING

## Goedkoop is duurkoop: ultra fast fashion sloop meer dan je denkt

*Jongeren roepen op tot maatregelen tegen ultra fast fashion*

**Samenvatting:** De mode-industrie is een van de meest vervuilende industrieën ter wereld. Alleen Nederland telt jaarlijks al zo'n 300 miljoen kilo aan afgedankte kleding, een hoeveelheid die snel toeneemt door de opkomst van *ultra fast fashion* ([NOS, 2025](#)). Het fenomeen fast fashion bestaat al langer, maar platforms zoals SHEIN en TEMU hebben het productietempo verder opgevoerd. Ter illustratie: in 2023 bracht SHEIN 1,5 miljoen nieuwe items op de markt; 37 keer meer dan Zara en 65 keer meer dan H&M ([Reuters, 2024](#)). Inmiddels brengt SHEIN 6000 producten per dag op de markt ([De Tijd, 2024](#)). Daarom wordt voor deze platforms de term *ultra-fast fashion* gebruikt.

Hoewel fast fashion goedkoop lijkt, zijn de verborgen kosten hoog: De kwaliteit is zo slecht dat de kledingstukken na een paar keer wassen kapot gaan en hierna onbruikbaar zijn ([NOS, 2024](#)). Jaarlijks gooien Nederlanders voor 15kg (40 kledingstukken) aan textiel weg en dit aandeel blijft stijgen. Uit onderzoek blijkt dat **74%** van de Nederlanders zich ergert aan de slechte kwaliteit van fast-fashion kleding; **62%** van de Nederlanders is van mening dat de politiek verplichte maatregelen moet nemen om de kledingindustrie schoner te laten worden ([DO, 2022](#)).

De gevolgen van deze kledingdump reiken verder dan milieuvervuiling en een groeiende afvalberg van onbruikbare kleding. Het businessmodel van ultra fast fashion steunt op agressieve marketing, vaak gericht op jongeren, en wordt in verband gebracht met dwangarbeid. Daarnaast brengt ultra fast fashion aanzienlijke gezondheidsrisico's met zich mee: producten bevatten regelmatig veel te hoge concentraties kankerverwekkende stoffen. Ook vormen deze platforms een veiligheidsrisico vanwege grootschalig data misbruik ([NPO pointer, 2024](#), [Radar, 2024](#)).

Ondertussen is de Nederlandse textielsector de dupe van deze race to the bottom. Textielrecylers luiden de noodklok uit angst voor faillissementen en grote retailers zoals Zeeman pleiten voor strengere wetgeving, omdat zij niet kunnen concurreren met ultra fast fashion-bedrijven die opereren buiten sociale en milieustandaarden ([FashionUnited, 2024](#), [MVO, 2025](#)).

*De coalitie van het [Jongerenakkoord](#), bestaande uit 28 politieke en maatschappelijke jongerenorganisaties – steunt de roep om ultra fast fashion aan te pakken. Daarom doen wij de volgende voorstellen (zie pagina 3 voor verdere achtergrond en context):*

## Ons voorstel:

Volg het [Franse voorbeeld](#) en introduceer een **anti-fast fashion wet** in Nederland met daarin:

1. **Fast fashion tax via ecolabel:** Om te bepalen welke kleding onder de heffing valt, wordt via de UPV een Eco-score (duurzaamheidslabel) ingevoerd. Hoe lager de Ecoscore van een kledingstuk, hoe hoger de milieubelasting. De belasting start bij €5 per kledingstuk en stijgt geleidelijk naar €10 over een periode van vijf jaar. De maximale heffing bedraagt echter nooit meer dan 50% van de verkoopprijs. Bijvoorbeeld: een paar sokken van €5 kan maximaal €2,50 aan extra belasting krijgen, waardoor de totaalprijs op €7,50 uitkomt.
2. **Reclameverbod:** Verbied reclame voor fast fashion. Als gericht alternatief kan de kinder- en jeugdreclamecode worden uitgebreid om specifieke bescherming te bieden tegen reclame, getarget op minderjarigen op social media.

Aanvullende maatregelen:

3. **Introduceer een verplichte heffing op retourkosten:** In Europa wordt jaarlijks een hoeveelheid kleding vernietigd die gelijkstaat aan 3,4 miljard T-shirts ([EenVandaag, 2024](#)). De invoering van een verplichte heffing op retourkosten kan impulsaankopen verminderen en consumenten stimuleren bewuster te kopen.
4. **Breid de bewustwordingscampagne uit naar Jongeren (14-24 jaar):** In 2024 heeft Milieu centraal met subsidie een campagne gevoerd om vrouwen (27-37 jaar) bewuster om te laten gaan met kleding ([IenW](#)). Breid de landelijke campagne van Milieu Centraal uit naar jongeren (14-24 jaar).

### Maatschappelijke impact ultra fast fashion

#### Milieuvervuiling, slechte kwaliteit & een groeiende afvalberg

De mode-industrie is een van de meest vervuilende industrieën ter wereld. Alleen Nederland telt jaarlijks al zo'n 300 miljoen kilo aan afgedankte kleding, een hoeveelheid die snel toeneemt door de opkomst van *ultra fast fashion* (NOS, 2024). Het fenomeen fast fashion bestaat al langer, maar platforms zoals SHEIN en TEMU hebben het productietempo verder opgevoerd. Ter illustratie: in 2023 bracht SHEIN 1,5 miljoen nieuwe items op de markt; 37 keer meer dan Zara en 65 keer meer dan H&M (Reuters, 2024). Inmiddels brengt SHEIN 6000 producten per dag op de markt (De Tijd, 2024). Daarom wordt voor deze platforms de term *ultra-fast fashion* gebruikt.

Hoewel fast fashion goedkoop lijkt, zijn de verborgen kosten hoog: De kwaliteit is zo slecht dat de kledingstukken na een paar keer wassen kapot gaan en hierna onbruikbaar zijn (NOS). Jaarlijks gooien Nederlanders voor 15kg (40 kledingstukken) aan textiel weg en dit aandeel blijft stijgen. Uit onderzoek blijkt dat **74%** van de Nederlanders zich ergert aan de slechte kwaliteit van fast-fashion kleding; **62%** van de Nederlanders is van mening dat de politiek verplichte maatregelen moet nemen om de kledingindustrie schoner te laten worden (DO).

#### Gezondheidsrisico's en privacy schending

De schade die fast fashion veroorzaakt, beperkt zich niet tot productie, uitbuiting en afval: ook eindconsumenten lopen directe gezondheids- en veiligheidsrisico's. Uit recent onderzoek blijkt dat kleding van Shein en Temu in meerdere gevallen de wettelijk toegestane hoeveelheden schadelijke stoffen ruimschoots overschrijdt, soms tot wel 400 keer (Elle, 2025). Veel van de gevonden chemicaliën bleken kankerverwekkend, hormoonverstoring of schadelijk voor huid, organen en voortplanting. Zo bevatte 1 op de 5 producten, waaronder kinder- en zwangerschapskleding, gevaarlijk hoge concentraties PFAS en DEHP; een zeer zorgwekkende stof die schadelijk is voor de vruchtbaarheid en ontwikkeling van ongeboren kinderen (Elle, 2025; NPO pointer, 2024). Dit vormt een serieus gevaar voor de volksgezondheid.

Alsof de gezondheidsrisico's nog niet genoeg zijn, schenden ultra fast fashion-platforms ook structureel de privacy van gebruikers en overtreden ze Europese consumentenregels. Zo worden bedrijven als TEMU beschuldigd van het verkopen van namaakartikelen, misleiding van consumenten en het misbruiken van gevoelige persoonsgegevens (NU, 2025). Uit onderzoek van Radar blijkt dat de TEMU-app diep in je telefoon doordringt: de app vraagt toegang tot je camera, contacten, wifi-netwerk en zelfs toestemming om 's nachts je toestel te ontgrendelen, audio op te nemen en berichten of screenshots te bekijken (Radar, 2024). Zowel de fysieke veiligheid als digitale privacy van consumenten staan daarmee onder druk, vaak zonder dat zij zich hiervan bewust van zijn.

#### Productie onder omstandigheden van dwangarbeid

Medewerkers staan onder druk om snel veel kleding te produceren. Medewerkers in fabrieken van SHEIN maken lange dagen en produceren veel. Dit doen ze in gebouwen zonder nooduitgangen, en vaak zonder ramen of licht (VRT, 2021). Onafhankelijk onderzoek heeft aangetoond dat mensen die voor SHEIN kleding produceren illegaal lange werkdagen maken en slecht betaald krijgen. Ook gebruiken ze katoen afkomstig uit Xinjiang, waar Oeigoeren onder andere op katoenplantages dwangarbeid verrichten (FTM, 2023).

De werkomstandigheden in SHEIN fabrieken zijn schrijnend. Mensen maken dagen van 18 uur, hebben geen weekend (op één vrije dag per maand na), en wanneer ze een fout maken krijgen ze maar eenderde van hun salaris uitbetaald. Voor een salaris van 572 euro per maand moeten ze minimaal 500 kledingstukken per dag maken, of krijgen ze 4 cent per geproduceerd kledingstuk in plaats van een vast salaris. Als gevolg van de extreem korte bestel- en levertijden van ultrafast fashion, is de druk op

kledingarbeiders extreem hoog ([NOS, 2022](#)). Terwijl de werkdruk hoog ligt en deze mensen lange dagen maken, verdienen ze nog steeds onvoldoende voor een mens-waardig bestaan. Zo heeft 9 uit de 10 kledingarbeiders in Bangladesh nog steeds niet genoeg geld voor voldoende eten voor hunzelf en hun familie, of om hun kinderen naar school te kunnen sturen ([Oxfam, 2021](#)).

#### Impulsen, influencers & afbetalingen: Jongeren de dupe van fast fashion marketing

Jongeren zijn een onderbelichte groep in de discussie rondom ultra fast fashion. Jongeren zijn gevoeliger voor sociale druk en impulsaankopen. Veel (ultra) fast fashion-reclames spelen hierop in door op sociale media (Instagram, TikTok) specifiek jongeren tussen de 13 en 24 jaar te targeten, zonder transparant te zijn over de negatieve impact & de lage kwaliteit van deze kleding ([Mizrachi, 2022](#)).

Dat deze ontwikkeling problematisch is, blijkt uit het hoge percentage jongvolwassenen (18-35 jaar) dat achteraf spijt heeft van hun online aankopen: maar liefst 40% ([SNS, 2023](#)). Dit effect wordt versterkt door de introductie van achteraf betalen (Klarna) waarvan de Autoriteit Financiële Markten (AFM) eerder al waarschuwde dat steeds meer jongvolwassenen (13-24 jaar) op deze manier in de schulden kunnen komen ([AFM, 2023](#)). Het aantal financieel gezonde jongeren (18-24 jaar) is het afgelopen jaar met 33% gedaald naar 12% ([NOS, 2025](#)). Zonder maatregelen om de agressieve marketing van fast fashion tegen te gaan, zal dit aantal verder dalen.

### **Economische impact op de textielsector**

#### Ultra Fast fashion leidt tot crisis in de textielrecyclingsector

De negatieve gevolgen van *ultra fast fashion* beperken zich niet tot consumenten; de hele textielrecyclingsector lijdt eronder. Textielsorteerbedrijven blijven steeds vaker met onverkoopbare kleding zitten ([EenVandaag](#)). Dit veroorzaakt enorme (opslag)kosten en brengt de Nederlandse textielrecyclingsector in een crisis. De Nederlandse Vereniging voor de Herwinning Textiel (VHT) heeft de noodklok geluid en waarschuwt voor [faillissementen](#) als er niet snel wordt ingegrepen. Ook Nederlandse retailers trekken aan de bel: bedrijven als Zeeman pleiten voor strengere wetgeving, omdat zij niet kunnen concurreren met ultra fast fashion-bedrijven die buiten sociale en milieustandaarden opereren ([NRC, 2025](#)). Door nieuwe Amerikaanse importheffingen op Chinese producten dreigt bovendien een 'tsunami' aan goedkope kleding op de Europese markt, omdat platforms als Temu en SHEIN hun focus zullen verleggen naar Europa. Dit zal de druk op Nederlandse ondernemers nog verder verhogen ([FD, 2025](#)).

#### De huidige wet- en regelgeving schiet tekort

Op 1 januari 2025 is de Uitgebreide Producentenverantwoordelijkheid ([UPV Textiel](#)) ingegaan, waarmee producenten verplicht worden hun kleding te recyclen. In de praktijk blijft de uitvoering echter sterk achter. In 2025 moet 50% van de in 2024 verkochte kleding worden hergebruikt of gerecycled, maar in februari '25 lag het recyclingpercentage op slechts 0,3% ([NOS](#)). Fabrikanten, die verantwoordelijk zijn voor de kosten van inzameling en recycling, betalen inzamelaars en sorteersers momenteel slechts 30 cent per kilo, terwijl de werkelijke kosten veel hoger liggen; gemiddeld 2 euro voor een T-shirt en 8 euro voor een jas. Experts waarschuwen daarom dat de bestaande UPV afspraken onvoldoende bescherming bieden tegen kledingdump ([NOS](#)).

## Een anti fast fashion wet is daarom noodzakelijk:

Bovenstaande ontwikkelingen tonen de dringende noodzaak aan voor een anti fast fashion wet die de consumptie van goedkope, milieubelastende kleding terugdringt en de Nederlandse textielindustrie beschermt.

### Ons voorstel:

Volg het [Franse voorbeeld](#) en introduceer een **anti-fast fashion wet** in Nederland met daarin:

1. **Fast fashion tax via ecolabel:** Om te bepalen welke kleding onder de heffing valt, wordt via de UPV een Eco-score (duurzaamheidslabel) ingevoerd. Hoe lager de Ecoscore van een kledingstuk, hoe hoger de milieubelasting. De belasting start bij €5 per kledingstuk en stijgt geleidelijk naar €10 over een periode van vijf jaar. De maximale heffing bedraagt echter nooit meer dan 50% van de verkoopprijs. Bijvoorbeeld: een paar sokken van €5 kan maximaal €2,50 aan extra belasting krijgen, waardoor de totaalprijs op €7,50 uitkomt.
2. **Reclameverbod:** Verbied reclame voor fast fashion. Als gericht alternatief kan de kinder- en jeugdreclamecode worden uitgebreid om specifieke bescherming te bieden tegen reclame, getarget op minderjarigen op social media.

Aanvullende voorstellen:

3. **Introduceer een verplichte heffing op retourkosten**  
In Europa wordt jaarlijks een hoeveelheid kleding vernietigd die gelijkstaat aan 3,4 miljard T-shirts ([EenVandaag, 2024](#)). De invoering van een verplichte heffing op retourkosten kan impulsaankopen verminderen en consumenten stimuleren bewuster te kopen.
4. **Breid de bewustwordings campagne uit naar Jongeren (14-24 jaar)** In 2024 heeft Milieu centraal met subsidie een campagne gevoerd om vrouwen (27-37 jaar) bewuster om te laten gaan met kleding ([lenW](#)). Breid de landelijke campagne van Milieu Centraal uit naar jongeren (14-24 jaar).

### Besteding van opbrengsten fast-fashion tax:

Herinvesteer de opbrengsten van de Fast Fashion Tax in de ontwikkeling van een duurzame textielketen, het betaalbaar maken van 'slow fashion' kleding, en het creëren van lokale economische kansen. De opbrengsten kunnen verdeeld worden over vier oplossingsrichtingen

1. **Innovatie in de textielrecycling keten:**  
Kleding fabrikanten betalen via de UPV momenteel slechts 30 cent per kilo voor het inzamelen en sorteren van kleding, terwijl de werkelijke recyclingkosten aanzienlijk hoger liggen. Dit financiële gat belemmert groei en innovatie van de recyclingsector en brengt hen in crisis. Zonder maatregelen dreigen er faillissementen te vallen, dit terwijl de sector cruciaal is voor een circulaire economie. Investerings uit de *ultra fast fashion*-belasting moeten deze sector ondersteunen, zodat bedrijven kunnen blijven opereren, innoveren en uiteindelijk de recycling kosten kunnen verlagen.
2. **Opschalen en betaalbaar maken duurzame kleding:**  
Een deel van de opbrengsten kan worden ingezet om Nederlandse producenten van duurzame kleding te ondersteunen bij het opschalen van hun productie. Grootschalige productie helpt de kosten te verlagen, waardoor duurzame kleding betaalbaarder wordt voor een breder publiek. Daarnaast kunnen subsidies ook worden gebruikt om kringloop- en tweedehandswinkels te stimuleren, bijvoorbeeld door hun aanbod en zichtbaarheid te vergroten. Dit bevordert hergebruik en biedt consumenten toegankelijke alternatieven voor *fast fashion*.
3. **Lokale opzet van 'slow fashion' keten<sup>1</sup>**  
Investerings worden gebruikt om een lokale 'slow fashion' keten op te zetten. Het opzetten

---

<sup>1</sup> Naar het initiatief van [Fibershed](#).

van een lokale keten draagt op de lange termijn bij aan een duurzamere en eerlijkere textielketen die de lokale economie versterkt. Deze aanpak kan bestaan uit drie pijlers:

- a. **Samenwerking met lokale boeren:** Boeren worden aangemoedigd om over te schakelen naar de teelt van duurzame vezelgewassen, zoals biologisch katoen, wol, hennep of vlas. Organisaties zoals reNature ondersteunen boeren bij de overgang naar regeneratieve landbouwmethoden, wat de ecologische voetafdruk van de textielproductie aanzienlijk verkleint.
  - b. **Opzet van regionale textielhubs:** Het opzetten van regionale textiel hubs faciliteert de verwerking van ruwe vezels tot textielproducten binnen de regio. Deze hubs kunnen fungeren als coöperaties waar boeren, verwerkers en ontwerpers samenwerken om de volledige productieketen te beheren en te optimaliseren.
4. **Bewustwording en educatie:** Consumenten bewust maken van de voordelen van *slow fashion* en de impact van hun aankoopkeuzes is cruciaal. Educatieve campagnes, workshops en transparante communicatie over de herkomst en productiemethoden van kledingstukken helpen hierbij. Door inzicht te bieden in de milieuwinst en arbeidsomstandigheden, wordt verantwoorde consumptie gestimuleerd.

### (Potentiële) impact maatregel:

	2026	2027	2028	2029	2030	Totaal
<b>Anti fast-fashion tarief (euro)</b>		€5	€6,5	€8	€10	
<b>Mondiale mton CO<sub>2</sub>-reductie (vs 2024)</b>		0,6	0,6	0,6	0,6	2,4
<i>Overheidsopbrengsten (mln)</i>		€650	€650	€650	€650	€2.600
<i>Overheids-uitgaven (mln)</i>		€650	€650	€650	€650	€2.600

### Disclaimer:

In Nederland kopen consumenten jaarlijks gemiddeld 50 kledingstukken ([Milieu Centraal, 2025](#)). De verwachte CO<sub>2</sub>-reductie in dit scenario is gebaseerd op de aanname dat Nederlanders 6 kledingstukken minder per jaar kopen.<sup>2</sup>

Omdat de meeste fast-fashion in het buitenland wordt geproduceerd, telt de broeikasgasreductie niet mee bij het halen van de Nederlandse klimaatdoelen.

De verwachte opbrengsten van de fast-fashion heffing variëren tussen de €300 miljoen en €1 miljard per jaar, afhankelijk van de criteria van het eco-label en wijze van implementatie.<sup>3</sup>

*Over het Jongerenakkoord: Een ingekorte versie van dit position paper is terug te vinden in het Jongerenakkoord als maatregel 30: 'Eerlijke mode' als onderdeel van het hoofdstuk 'Circulaire Economie'. Het Jongerenakkoord is een initiatief van 28 politieke en maatschappelijke jongerenorganisaties, met 42 voorstellen om de klimaatdoelen wél te halen. Meer weten? Kijk op [www.hetjongerenakkoord.nl](http://www.hetjongerenakkoord.nl)*

<sup>2</sup> Omdat de meeste fast-fashion in het buitenland wordt geproduceerd, telt de broeikasgasreductie niet mee bij het halen van de Nederlandse klimaatdoelen.

<sup>3</sup> Deze inschatting is gebaseerd op het gegeven dat 50% van de gekochte kleding binnen een jaar na aankoop wordt weggegooid, gecombineerd met de aanname dat 50% van de kleding die binnen dat jaar wordt weggegooid, afkomstig is uit de fast-fashion sector.

# Onze coalitie:

Het Jongerenakkoord is een samenwerking van 28 diverse (jongeren)organisaties die samen bouwen aan onze toekomst. Onze coalitie bestaat uit politieke organisaties, vakbonden, maatschappelijke veranderaars, onderwijsgroepen, young professionals en regionale jongeren-netwerken.

Vanaf nu kan iedereen zich aansluiten, ongeacht leeftijd of type organisatie. Wil jij je ook aansluiten bij onze coalitie? Ga naar [www.hetjongerenakkoord.nl](http://www.hetjongerenakkoord.nl)



JONGE  
KLIMAAT-  
BEWEGING



CDJA

CNVJONGEREN



DWARS  
GROENLINKSE JONGEREN



GF2035  
GENERATIE FRYSLAN



GROOTOUDERS  
VOOR HET KLIMAAT



INTERSTEDELIJK  
STUDENTEN OVERLEG



jong sociaal contract



MBO



Jonge  
Democraten



in de PvdA



JONGE  
VERANDERAARS

JongRegio



Laboratorium  
Verantwoorde  
Mobiliteit



NIVON  
JONG



PerspectieF  
ChristenUnie-jongeren



Nederlands Instituut  
van Psychologen

Studenten voor  
MORGEN



Sustainable  
Students  
Consultancy

VN  
Jongeren-  
vertegenwoordigers  
Duurzame  
Ontwikkeling



netwerk van young professionals



YOUTH  
FOR CLIMATE