



> FOR SOCIETY

INCLUSIEVE WAARDECREATIE VOOR EEN CIRCULAIRE SAMENLEVING

EEN EXPLORATIEF ONDERZOEK NAAR DE GEWENSTE
MATE VAN INVLOED VAN BURGERS OP VERSCHILLENDE
ASPECTEN VAN DE TEXTIELINDUSTRIE IN HUN REGIO

Drs. Saskia van Overbeek, Dr. Dana Feringa

Eindhoven 2022
Lectoraat Sociale Veerkracht
Fontys Hogeschool Sociale Studies



INHOUD

Inleiding	3
Methode	5
Resultaten	7
Huidige situatie burgers	7
Gewenste mate van invloed perspectief burgers en professionals	8
Conclusies	12
Discussie	13
Aanbevelingen	15
Literatuur	16



INLEIDING

Onze samenleving bevindt zich in een transitie van een oude naar een nieuwe economie waarin de nadruk verschuift van korte termijn winstmaximalisatie naar meer ecologische en sociale langetermijnoplossingen (Loorbach et al., 2016; Raworth, 2017). Deze nieuwe economie is klimaatneutraal, circulair, inclusief, decentraal en heeft eerlijke handelsketens (MVO Nederland, 2020). De nieuwe economie heeft hiermee een sociaal maatschappelijk karakter.

In haar boek 'Doughnut Economics' (2017) pleit de Britse econome Raworth voor een economie waarin de rechten van de mens centraal staan (*social foundation*) en de speelruimte van de economie zich bevindt tussen dit sociaal fundament en het ecologisch plafond (*ecological ceiling*). Je zou kunnen zeggen dat er sprake is van een verschuiving van kwantiteit naar kwaliteit.

Echter, als we op zoek gaan naar stappen die worden gezet om deze nieuwe economie vorm te geven, dan zien we dat de focus vooral op technische en economische aspecten ligt. Er is veel minder aandacht voor de sociale component, terwijl het belang daarvan vaak wel wordt onderkend. Zo zien we weinig aandacht voor de rol van de burger en de aandacht die er wel is, gaat veelal over het beïnvloeden van de burger in zijn rol als consument. De burger wordt niet gezien als mede-vormgever van de economie, hoewel deze wel degelijk deel uitmaakt van het eco-systeem en dus net zoals bedrijven, overheid en andere organisaties als stakeholder beschouwd zou moeten worden.

Dit gebrek aan het betrekken van de burger heeft aanleiding gegeven tot het doen van exploratief onderzoek naar de invloed van de burger in de textielindustrie. Het doel van het onderzoek is een bijdrage te leveren aan inclusieve waardecreatie voor een circulaire samenleving. Wat verstaan wordt onder waardecreatie is subjectief van aard en afhankelijk van context. Binnen de uitvoerende onderzoeksgroep wordt met 'inclusieve waardecreatie voor een circulaire samenleving' bedoeld: "Het scheppen van waarde ten behoeve van een circulaire samenleving door middel van inclusiviteit." Met inclusiviteit doelen

we op het betrekken van stakeholders, teneinde op een inclusieve manier waarde te kunnen creëren. Er is bewust gekozen voor 'circulaire samenleving' en niet voor het gangbare 'circulaire economie'. Immers, als we echt inclusief willen zijn, dan betekent dit ook dat we de industrie als samenleving - met alle stakeholders - gaan vormgeven.

In dit onderzoek wordt niet expliciet ingegaan op de bijdrage die geleverd kan worden aan de circulaire samenleving. In plaats daarvan ligt de focus op de invloed van burgers die gewenst is op verschillende aspecten van de textielindustrie. Er is bewust gekozen eerst te onderzoeken of überhaupt meer invloed gewenst is, omdat dit als voorwaarde gezien kan worden voor het daadwerkelijk invloed uitoefenen.

Er zijn meerdere redenen waarom voor de textielindustrie gekozen is. De textielindustrie staat bekend als één van 's werelds grootste vervuilers en als een sector waarin sprake is van vele sociale misstanden. Dit werd vooral blootgelegd na de instorting van Rana Plaza, een acht verdiepingen tellend gebouw waarin vijf kledingfabrieken gevestigd waren, in Bangladesh in 2013 (Bartlett, 2020; Ashwin, Kabeer, & Schüßler, 2020). Er valt in deze sector veel winst te behalen op zowel ecologisch als sociaal terrein.

Een andere reden is dat Fontys Hogeschool innovatief praktijkgericht onderzoek uit wil voeren samen met én voor het regionale werkveld en daarmee wil bijdragen aan de ontwikkelkracht van een vitale, inclusieve en duurzame samenleving (Fontys, 2020). Tilburg is van oudsher een textielstad, vooral bekend vanwege de wolnijverheid. Nadat de Tilburgse textielindustrie vanaf de tweede helft van de twintigste eeuw grotendeels verdween door onder meer de concurrentie uit lage-loon landen (Janssens, 2001), wordt de textielindustrie de laatste jaren weer nieuw leven ingeblazen door onder andere meer circulair en lokaal te gaan produceren. Zo vormt Tilburg met bedrijfskleding één van de vier 'textiel hubs' binnen de Dutch Circular Textile Valley, een



bundeling van krachten vanuit organisaties zoals MVO Nederland en Het Groene Brein (DCTV, z.d.), die werkt aan het creëren van een circulaire textielketen om de milieu-impact te verminderen.

In de Strategische Meerjarenagenda 2020-2023 van Midpoint Brabant en Regio Hart van Brabant (z.d.) lezen we dat de regio wil uitblinken in duurzame ontwikkeling. Het combineren van economische, ecologische en sociale groei behoort tot de regionale missie. De regio wil samen met het midden- en kleinbedrijf stappen zetten richting een klimaatadaptieve, circulaire en energieneutrale samenleving op een dusdanige manier dat het bijdraagt aan brede welvaart en goed uitpakt voor werkenden en werkzoekenden.

Uit gesprekken tussen de onderzoeksgroep van Fontys met medewerkers van Midpoint Brabant die betrokken zijn bij de verduurzaming van de textielindustrie, kwam naar voren dat er een behoefte is om meer inzicht te verkrijgen in de mogelijke rol van de burger bij het vormgeven van de textielindustrie. Besloten is om de krachten te bundelen en een samenwerking aan te gaan om dit onderzoek te kunnen uitvoeren.

In dit rapport zullen methode en resultaten besproken worden. Op basis van de resultaten worden conclusies getrokken. In de discussie wordt ingegaan op de waarde van het onderzoek en aspecten waarmee daarbij rekening gehouden dient te worden. Tenslotte worden aanbeveling gedaan voor zowel de korte als lange termijn.



METHODE

FASERING PROJECT

Dit project kent de volgende fasering: a) kwantitatief onderzoek d.m.v. vragenlijsten b) kwalitatief onderzoek d.m.v. semi-gestructureerde interviews. Voor deze volgorde is gekozen, zodat middels de interviews dieper ingegaan kan worden op de antwoorden gegeven bij de vragenlijsten.

Omdat m.b.t. het onderzoeksthema nog geen geschikte literatuur voorhanden is betreft het een exploratief, ofwel inductief onderzoek (Verhoeven, 2018). Afhankelijk van de onderzoeksresultaten en eventueel vervolgonderzoek zal een passende literatuurstudie gedaan worden en/of zal literatuur gevormd worden.

De looptijd van het project is 2021 en 2022.

VRAAGSTELLING

De vraagstelling luidt: In hoeverre is invloed van burgers gewenst op verschillende aspecten van de textielindustrie in hun regio, in de perceptie van burgers uit een textielregio en professionals verbonden aan de textielindustrie?

Ter verduidelijking: De voorwaarde voor burgers om aan het onderzoek deel te kunnen nemen is dat ze woonachtig zijn in een textielregio, de voorwaarde voor professionals om deel te kunnen nemen is enkel dat ze verbonden zijn aan de textielindustrie. De woonplaats doet niet ter zake.

POPULATIE EN STEEKPROEF

Omdat de populatie te groot is om bij het empirische gedeelte van dit project te betrekken, is een selecte steekproef getrokken. Hierbij is gekozen voor een combinatie van een gelegenheidssteekproef, waarbij gebruik gemaakt wordt van respondenten die toevallig voorhanden zijn en de sneeuwbal methode, waarbij aan (een deel van) eerder genoemde respondenten gevraagd wordt andere deelnemers te werven (Baarda, Bakker, Fischer, Julsing, Kostelijk & Van der Velden, 2021). Respondenten bestaan uit

burgers uit een textielregio en/of professionals verbonden aan de textielindustrie.

Het onderzoek heeft een respons opgeleverd van 104 vragenlijsten. Dit heeft geresulteerd in 60 bruikbare vragenlijsten van burgers uit een textielregio en 12 bruikbare vragenlijsten van professionals verbonden aan de textielindustrie. 8 respondenten vervullen zowel de rol van burger als professional. Uit de vragenlijsten zijn 13 interviews met burgers en 5 met professionals voortgevloeid. Hier vervullen 4 respondenten zowel de rol van burger als van professional. Vanuit burgerperspectief hebben 73 (60 vragenlijsten en 13 interviews) meetmomenten plaatsgevonden m.b.t. hetzelfde onderwerp en vanuit perspectief van de professional 17 (12 vragenlijsten en 5 interviews).

METHODE VAN DATAVERZAMELING EN ANALYSE

Voor het onderzoek is gebruik gemaakt van twee methoden voor dataverzameling: vragenlijsten en semi-gestructureerde interviews. Het doel van de vragenlijsten is om goed vergelijkbare gegevens te verzamelen van een grote groep respondenten (Baarda, Kalmijn & De Goede, 2015). Hierbij is gebruik gemaakt van 5-punts Likertschalen, waarbij gekozen kan worden uit een beperkt aantal antwoordmogelijkheden oplopend van 'helemaal niet meer eens' tot 'helemaal mee eens' (Verhagen, 2018). Met betrekking tot de mate van gewenste invloed van burgers op de textielindustrie in hun regio zijn aan burgers en professionals dezelfde vragen gesteld, om zo inzicht te verkrijgen in de percepties van de verschillende doelgroepen. Aan de burgers zijn daarnaast enkele vragen gesteld die inzicht moeten geven in de ervaren mate van betrokkenheid bij en invloed op en van de textielindustrie in hun regio.

Het doel van de semi-gestructureerde interviews is om verdieping te geven aan de antwoorden op de vragenlijsten en daar waar nodig door te kunnen vragen (Baarda, Bakker, Fischer, Julsing, Kostelijk & Van der Velden, 2021).



De respondenten van de vragenlijsten zijn geworven door middel van de verspreiding van posters en flyers, lokale persberichten en door gebruik te maken van de eerder beschreven sneeuwbal methode. De respondenten van het kwalitatieve onderzoek zijn geworven door in de vragenlijst een uitnodiging voor een interview op te nemen, met de mogelijkheid contactgegevens achter te laten. De uitvoering van het onderzoek werd geïnitieerd tijdens de zogenoemde 'Textour', een textiel-wandelroute, die plaatvond in mei 2022 in Tilburg en gericht is op duurzame ontwikkelingen rondom textiel. Hoewel bewust respondenten geworven werden langs deze wandelroute, was het onderzoek niet beperkt tot deelnemers aan de route, maar ook toegankelijk voor andere passanten en aanwezigen. Omdat met het sneeuwbal effect gewerkt werd heeft de uitvoering geduurd tot begin september 2022.

Op de data verzameld tijdens fase a zijn met behulp van het programma SPSS beschrijvende analyses uitgevoerd waarbij de kenmerken van verschillende variabelen worden beschreven (Verhoeven, 2018). Op de data verzameld tijdens fase b is een inhoudsanalyse uitgevoerd in lijn met het stramen van Boeije en Bleijenbergh (2019). Met behulp van open, axiaal en selectief coderen zijn structuren en patronen in de data inzichtelijk gemaakt. De interpretatie van de data heeft plaatsgevonden in het onderzoeksteam bestaande uit onderzoekers van Fontys.

ANONIMITEIT, BETROUWBAARHEID, VALIDITEIT EN BRUIKBAARHEID

Dit onderzoek is uitgevoerd in lijn met de 'Nederlandse gedragscode wetenschappelijke integriteit' (2018). De namen van respondenten zijn in deze rapportage geanonimiseerd. De respondenten van het kwalitatieve onderzoek krijgen een terugkoppeling van de onderzoeksresultaten (informed consent). Van de overige respondenten zijn geen contactgegevens voorhanden.

Om de betrouwbaarheid/begripsvaliditeit te meten van de schaalvariabelen die de mate van gewenste invloed op verschillende aspecten meten is gebruik gemaakt van 'Cronbach's Alpha' (α), wat een waarde heeft opgeleverd van $\alpha = ,68$. Volgens Verhoeven (2018) duidt $\alpha > ,60$ op voldoende betrouwbaarheid en kan gesteld worden dat de variabelen een voldoende homogeen beeld geven van hetzelfde begrip. Om de uitspraken te kunnen generaliseren naar de populatie (alle burgers uit een textielregio en alle professionals uit de textielindustrie) moet de steekproef voldoende groot zijn (Verhoeven, 2018). Ook een aselechte steekproef draagt bij aan de externe validiteit, ofwel generaliseerbaarheid. Aangezien de totale populatie in dit onderzoek onbekend is en gebruik gemaakt is van een selecte gelegenhedensteekproef kunnen we niet stellen dat onze steekproef een goede afspiegeling van de populatie is en kunnen we uitspraken niet automatisch generaliseren naar de gehele populatie.

De betrouwbaarheid, validiteit en bruikbaarheid van het kwalitatieve onderzoek zijn geborgd in lijn met de werkwijze van Maso en Smaling (1998). De betrouwbaarheid is geborgd door navolgbaar te werken. De validiteit door het creëren van momenten voor intersubjectiviteit binnen het projectteam. De bruikbaarheid door het toepassen van fast feedback binnen het onderzoeksteam.

RESULTATEN

Hieronder volgt een beschrijving van de voornaamste inzichten die uit de vragenlijsten en de interviews naar voren zijn gekomen. Hierbij dient in acht genomen te worden dat de resultaten die uit de interviews naar voren komen een verdiepend inzicht geven op de resultaten van de vragenlijsten.

Voor een juiste interpretatie van de gemiddelden (\bar{x}) en standaarddeviaties (s) is het nodig te weten dat bij de vragenlijsten de volgende antwoordcategorieën gehanteerd zijn: 1 = helemaal niet mee eens, 2 = niet mee eens, 3 = niet mee eens, niet mee oneens, 4 = mee eens, 5 = helemaal mee eens.

HUIDIGE SITUATIE BURGERS

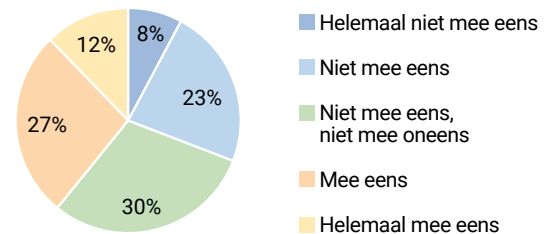
Omdat de focus van het onderzoek ligt op de gewenste invloed van burgers, zijn enkel aan burgers enkele vragen gesteld m.b.t. de ervaringen van de huidige situatie.

Ervaren betrokkenheid bij textielindustrie in de regio

Uit de vragenlijsten komt naar voren dat de respondenten zich gemiddeld genomen iets meer wel dan niet betrokken voelen bij de textielindustrie in hun regio ($\bar{x} = 3,10$) en dat daarbij sprake is van een enigszins grote spreiding ($s = 1,14$). Uit de percentages in figuur 1 kan afgeleid worden dat sprake is van een behoorlijk gelijke verdeling over de groep respondenten die een neutraal antwoord heeft gegeven (niet mee eens, niet mee oneens), de groep die een negatief antwoord heeft gegeven (helemaal niet mee eens of niet mee eens) en de groep die een positief antwoord heeft gegeven (mee eens of helemaal mee eens).

De interviews laten zien dat een gevoel van betrokkenheid vooral voortkomt uit aspecten die te maken hebben met textiel zelf, de textielregio en werk in combinatie met duurzaamheid. Gebrek aan betrokkenheid komt vooral voort uit een gebrek aan kennis, informatie, ervaring, zichtbaarheid en betrokkenheid.

Figuur 1: Ervaren betrokkenheid burger
N = 60

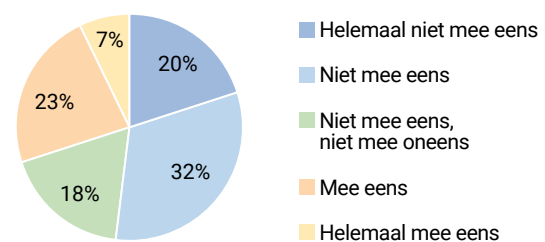


Ervaren invloed van de textielindustrie in de regio op het dagelijks leven

Uit de vragenlijsten komt naar voren dat de respondenten gemiddeld genomen vrij weinig invloed ervaren van de textielindustrie in hun regio op hun dagelijks leven ($\bar{x} = 2,65$) en dat daarbij sprake is van een enigszins grote spreiding ($s = 1,23$). Uit de percentages in figuur 2 kan afgeleid worden dat de groep die een negatief antwoord heeft gegeven duidelijk de grootste groep vormt.

De interviews laten zien dat de ervaren invloed van de textielindustrie, net als de ervaren mate van betrokkenheid, vooral voortkomt uit aspecten die te maken hebben met textiel zelf, de textielregio, werk en duurzaamheid. Gebrek aan ervaren invloed van de industrie komt, vergelijkbaar met het gebrek aan ervaren betrokkenheid, vooral voort uit een gebrek aan kennis, zichtbaarheid en betrokkenheid. Daarnaast ook door de situatie als burger, zoals de woonsituatie (daar ervaart men bijvoorbeeld geen 'last' van de industrie).

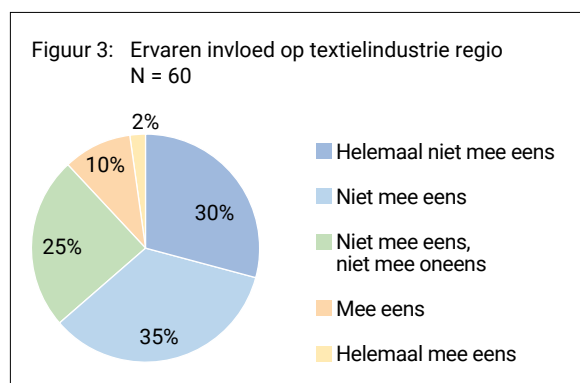
Figuur 2: Ervaren invloed op dagelijks leven
N = 60



Ervaren invloed op de textielindustrie in de regio

Uit de vragenlijsten komt naar voren dat de respondenten gemiddeld genomen vrij weinig invloed ervaren op de textielindustrie in hun regio ($\bar{x} = 2,20$) en dat daarbij sprake is van een enigszins grote spreiding ($s = 1,04$). Uit de percentages in figuur 3 kan afgeleid worden dat de groep die een negatief antwoord heeft gegeven duidelijk de grootste groep vormt.

De interviews laten zien dat de ervaren invloed op de textielindustrie, vooral voortkomt uit aspecten die te maken hebben met werk, door verkiezingen en als consument of community. Gebrek aan ervaren invloed op de industrie of een neutrale houding komen, vergelijkbaar met het gebrek aan ervaren betrokkenheid en gebrek aan ervaren invloed van de industrie, vooral voort uit een gebrek aan kennis, informatie en betrokkenheid of men kan het niet benoemen ('Men weet het niet.').



GEWENSTE MATE VAN INVLOED - PERSPECTIEF BURGERS EN PROFESSIONALS

Omdat voor het kunnen uitoefenen van invloed door burgers op bepaalde aspecten van de industrie niet alleen de wensen van burgers zelf bepalend zijn, maar ook die van de professionals verbonden aan de industrie is de gewenste mate van invloed bij beide partijen gemeten. De gewenste invloed is gemeten op de volgende aspecten: vervuiling/milieu, inzamelen/hergebruik, locatie, werkgelegenheid en werkomstandigheden.

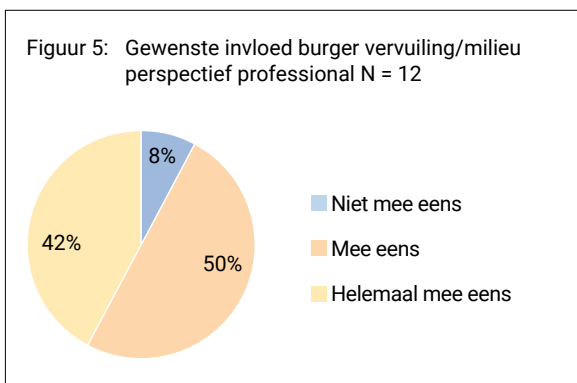
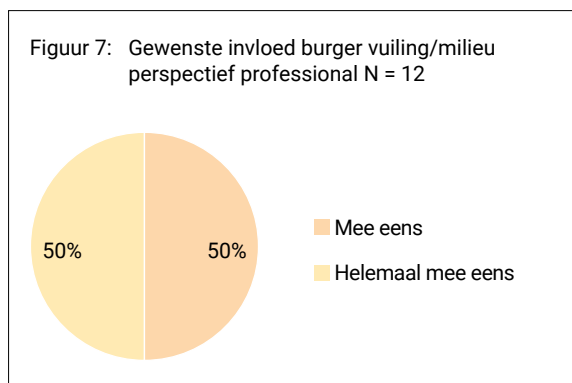
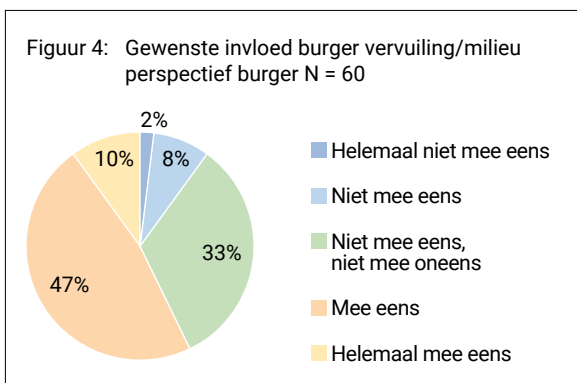
Omdat bij het kwantitatieve onderzoek de groep professionals een omvang heeft van 12 respondenten, kan niet van een normaalverdeling uitgegaan worden (Verhoeven, 2019). Aangezien een normaalverdeling een vereiste is voor de berekening van de standaarddeviatie (Verhoeven, 2019), ontbreekt de berekening van de standaarddeviatie voor deze groep en worden enkel de gemiddelden en percentages weergegeven.

Uit de vragenlijsten komt naar voren dat zowel burgers als professionals gemiddeld meer invloed wensen van burgers op alle aspecten. Opvallend is dat professionals op alle aspecten meer invloed wensen dan burgers zelf (zie figuren 4 t/m 13). De gemeten gemiddelden voor het perspectief van de burger respectievelijk professional bevestigen dit vervuiling/milieu ($\bar{x} = 3,55$ en $\bar{x} = 4,25$), inzamelen/hergebruik ($\bar{x} = 3,83$ en $\bar{x} = 4,50$), locatie ($\bar{x} = 3,12$ en $\bar{x} = 4,00$), werkgelegenheid ($\bar{x} = 3,20$ en $\bar{x} = 4,00$) en werkomstandigheden ($\bar{x} = 3,43$ en $\bar{x} = 4,25$). Zowel bij burgers als professionals geldt dat de grootste toename in invloed gewenst is op het aspect 'inzamelen/hergebruik'. Met standaarddeviaties voor het perspectief van de burger op de aspecten vervuiling/milieu ($s = 0,85$), inzamelen/hergebruik ($s = 0,74$), locatie ($s = 0,88$), werkgelegenheid ($s = 0,84$) en werkomstandigheden ($s = 0,87$) is sprake van een redelijke mate van spreiding.

Omdat de percentages in de figuren 4 t/m 13 het beeld dat uit de vragenlijsten naar voren komt het beste representeren, worden deze hieronder per aspect toegelicht, voordat verder ingegaan wordt op de resultaten uit de interviews.

Gewenste invloed vervuiling/milieu

Uit de percentages in de figuren 4 en 5 kan afgeleid worden dat de groep die een positief antwoord heeft gegeven zowel bij burgers als professionals duidelijk de grootste groep vormt en dat deze groep bij professionals aanzienlijk groter is dan bij burgers. Het aantal negatieve antwoorden is bij beide groepen klein. Alleen bij burgers is sprake van een aanzienlijke groep met een neutraal antwoord.

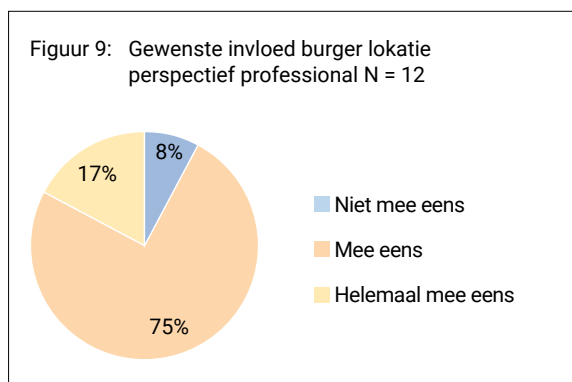
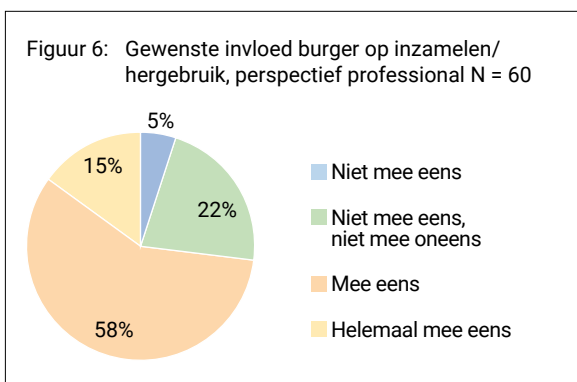
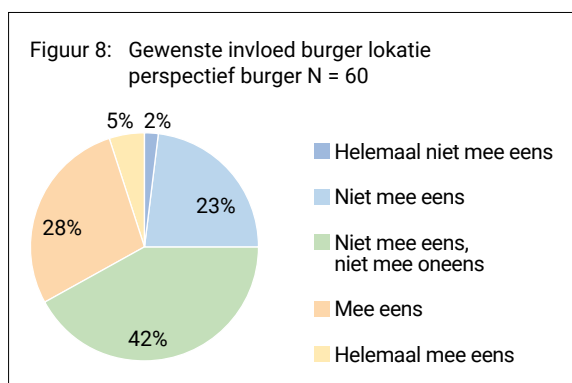


Gewenste invloed locatie

Uit de percentages in de figuren 8 en 9 kan afgeleid worden dat er aanzienlijke verschillen in antwoorden zijn tussen de groep burgers en de groep professionals. Bij de burgers is de groep die een neutraal antwoord geeft het grootst en is de groep met een positief antwoord iets groter dan de groep met een negatief antwoord. Bij de professionals zien we dat verreweg de grootste groep een positief antwoord heeft gegeven en slechts een kleine groep een negatief antwoord.

Gewenste invloed inzamelen/hergebruik

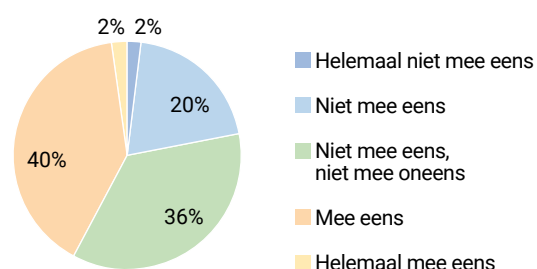
Uit de percentages in de figuren 6 en 7 kan afgeleid worden dat de groep die een positief antwoord heeft gegeven zowel bij burgers als professionals veruit de grootste groep vormt en dat deze groep bij de professionals alle respondenten beslaat. Bij burgers is sprake van een aanzienlijke groep met een neutraal antwoord en een zeer kleine groep met een negatief antwoord.



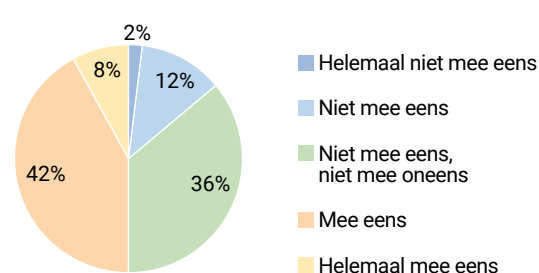
Gewenste invloed werkgelegenheid

Uit de percentages in de figuren 10 en 11 kan afgeleid worden dat de groep die een positief antwoord heeft gegeven zowel bij burgers als professionals duidelijk de grootste groep vormt en dat deze groep bij professionals aanzienlijk groter is dan bij burgers. Bij burgers is sprake van een aanzienlijke groep met een neutraal antwoord tegenover een kleine groep bij de professionals. Alleen bij burgers is nog een behoorlijke groep met negatieve antwoorden te zien.

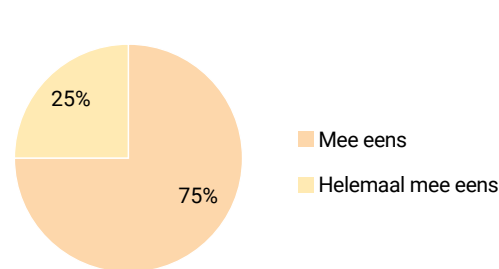
Figuur 10: Gewenste invloed burger werkgelegenheid perspectief burger N = 60



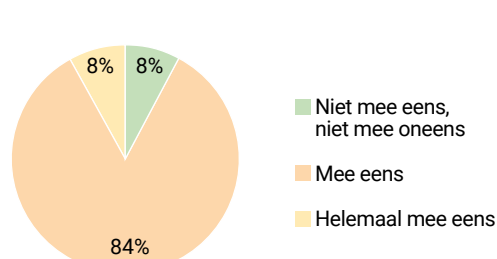
Figuur 12: Gewenste invloed burger werkomstandigheden perspectief burger N = 60



Figuur 13: Gewenste invloed burger werkomstandigheden perspectief professional N = 12



Figuur 11: Gewenste invloed burger werkgelegenheid perspectief professional N = 12



Gewenste invloed werkomstandigheden

Uit de percentages in de figuren 12 en 13 kan afgeleid worden dat de groep die een positief antwoord heeft gegeven zowel bij burgers als professionals duidelijk de grootste groep vormt en dat deze groep bij de professional twee keer zo groot is als bij burgers; bij burgers heeft de helft van de respondenten een positief antwoord gegeven en bij professionals alle respondenten. Bij burgers is sprake van een aanzienlijke groep met een neutraal antwoord en een vrij kleine groep met een negatief antwoord.

Uit de interviews met burgers en professionals komen deels overlappende resultaten naar voren. Dat geldt zowel voor redenen waarom al dan niet meer invloed gewenst is, hoe het hebben van meer invloed vormgegeven zou moeten worden en wat daarbij nodig is.

Waarom al dan niet meer invloed

Redenen voor burgers om meer invloed te willen zijn het belang en de kansen van de betreffende aspecten, vaak m.b.t. duurzaamheid. Burgers geven aan een gebrek aan kennis en betrokkenheid te ervaren of geen mening te hebben en professionals geven aan dat volgens hen bij burgers sprake is van een gebrek aan kennis, betrokkenheid en interesse. Wat opvallend is, is dat bij burgers het gebrek aan kennis en interesse juist een reden is om minder invloed te willen en dat professional vanwege het gebrek aan kennis, informatie en betrokkenheid van burgers juist meer invloed willen van deze groep.

Andere dan bovengenoemde redenen voor burgers om niet meer invloed te willen of een neutrale houding te hebben, zijn het vertrouwen dat in Nederland/de regio e.e.a. goed geregeld is of de mening dat betrokken instanties of



de gemeente verantwoordelijk zijn voor het betreffende aspect. Dit geldt met name voor de aspecten 'vervuiling/milieu', 'locatie' en 'werkomstandigheden'.

Een andere reden waarom professionals vinden dat burgers meer invloed zouden moeten hebben is dat de jonge generatie met een mening ook een stem moet krijgen.

Hoe meer invloed

Burgers geven aan meer invloed te willen door meedenken, aanhaken, deelnemen of steunen van acties, (burger)initiatieven of communities. Ze willen overleggen of samenwerken met gemeente, bedrijven, culturele instellingen en onderwijs. Regelmatig wordt daarbij expliciet aangegeven dat men geen kartrekkersrol wil vervullen. Professionals op hun beurt geven aan meer participatie van burgers te willen in de besluitvorming (bijvoorbeeld d.m.v. een burgerberaad) en ze willen dat burgers, bedrijfsleven en politiek met elkaar in gesprek gaan.

Burgers geven daarnaast aan meer invloed te willen uitoefenen via de politiek/verkiezingen of als consument. Regelmatig geven burgers ook aan niet te weten hoe ze meer invloed zouden moeten uitoefenen. Opvallend is dat burgers op de vraag hoe ze meer invloed zouden willen uitoefenen vaak een grote diversiteit aan concrete ideeën aandragen over hoe verschillende aspecten, vooral m.b.t. 'inzamelen/hergebruik' beter vormgegeven kunnen worden en daarmee dus geen antwoord op de vraag geven.

Ook professionals hebben concrete ideeën, maar in tegenstelling tot de burgers hebben zij er minder moeite mee aan te geven hoe burgers invloed zouden kunnen uitoefenen dan dat burgers dat zelf hadden. Een opvallend antwoord dat bij de professionals naar voren kwam was dat eerst sprake moet zijn van meer bewustwording bij de burgers en dat dan de burger zelf aan moet geven hoe hij/zij meer invloed wenst te hebben. Dat moet niet door het bedrijfsleven of de overheid bepaald worden.

Wat is nodig

Burgers geven aan meer inzicht, informatie, kennis, transparantie en bewustwording nodig te hebben. Ze vinden dat het onderwijs een belangrijke rol speelt bij de bewustwording en bij samenwerking. Het bedrijfsleven en de gemeente zouden moeten zorgen voor het juiste beleid en facilitering. Daarbij is het belangrijk de juiste contactpersonen te hebben. Daarnaast zijn initiatoren, ambassadeurs en communities nodig. Professionals laten een soortgelijk beeld zien. Zij geven aan dat informatie, transparantie en bewustwording nodig zijn, dat de juiste wet- en regelgeving nodig is en dat pioniers en activisten nodig zijn om een tegenwicht te bieden aan de huidige situatie.

Rol onderwijs

Enkel in de interviews is respondenten gevraagd naar de mate waarin het onderwijs volgens hen een rol kan spelen om burgers ervan bewust te maken dat hun leven door de industrie beïnvloed wordt en ze te motiveren zelf invloed uit te oefenen op de industrie.

Alle respondenten geven aan dat er een rol voor het onderwijs is weggelegd. Die rol speelt op alle onderwijsniveaus; van basisschool tot middelbare school, mbo, hbo en wo. Het onderwijs zou bij kunnen dragen aan bewustwording en de rol die scholieren en studenten hebben als burger in de maatschappij. Een verscheidenheid aan concrete ideeën met betrekking tot concrete invulling wordt gegeven, zoals projecten, lessen, voorlichting en themadagen. Ook wordt belang gehecht aan samenwerking hierbij met het bedrijfsleven.



CONCLUSIES

Uit de resultaten valt te concluderen dat burgers weinig invloed ervaren van en op de textielindustrie, dat meer invloed van burgers gewenst is op alle onderzochte aspecten en dat professionals nog meer invloed van burgers wensen dan burgers zelf.

Over het algemeen ervaren burgers enige mate van betrokkenheid bij de textielindustrie, maar tegelijkertijd wordt gebrek aan betrokkenheid ook als reden aangevoerd om niet meer invloed op de industrie te wensen. Dit lijkt tegenstrijdig te zijn, maar als we de interviewresultaten bekijken, kan dit verklaard worden. De belangrijkste redenen die door burgers genoemd zijn om meer invloed te willen uitoefenen hebben betrekking op het belang en de kansen van de verschillende aspecten, vaak in relatie tot duurzaamheid. Het is denkbaar dat respondenten die deze antwoorden hebben gegeven zich ook betrokken voelen, maar dit niet met die woorden hebben aangegeven, omdat ze meer concrete redenen hadden. Dit wordt bevestigd door de antwoorden uit de interviews m.b.t. het ervaren gevoel van betrokkenheid. De interviews laten zien dat een gevoel van betrokkenheid vooral voortkomt uit aspecten die te maken hebben met textiel zelf, de textielregio en werk in combinatie met duurzaamheid. Soortgelijke antwoorden zijn terug te zien bij de redenen om meer invloed te willen uitoefenen. Als je je niet betrokken voelt is het misschien lastiger een antwoord te concretiseren en wordt daarom simpelweg aangegeven dat je je niet betrokken voelt.

Voor burgers geldt dat het makkelijker is concrete ideeën aan te dragen ter verbetering van verschillende aspecten dan om aan te geven welke invloed ze hierbij zelf uit zouden kunnen oefenen. Ze kunnen zich moeilijk voorstellen hoe die invloed er concreet uit kan zien.

Het aspect 'inzamelen/hergebruik' is het belangrijkste; hiervoor is de meeste toename in invloed gewenst bij zowel burgers als professionals en hiervoor zijn de meeste concrete ideeën ter verbetering aangedragen.

Hoewel een enkeling ook de rol van kartrekker wil vervullen, willen burgers vooral samen met andere burgers invloed uitoefenen en noemen regelmatig expliciet geen kartrekker te willen zijn. Men wil dus wel wat doen, maar wil geen hoofdrol vervullen.

Zowel uit de interviews met burgers als professionals komt naar voren dat er sprake is van een gebrek aan kennis, betrokkenheid en mening of interesse bij de burger, dat samenwerking tussen burger, bedrijfsleven en politiek gewenst is, dat daarbij informatie, transparantie en bewustwording nodig zijn evenals facilitering vanuit bedrijfsleven en politiek. Daarnaast zijn kartrekkers en communities nodig en speelt het onderwijs een belangrijke rol bij bewustwording en samenwerking, volgens burgers en professionals. Hieruit valt te concluderen dat facilitering, informatieverstrekking en transparantie door politiek, bedrijfsleven en onderwijs nodig zijn om het gebrek aan kennis, betrokkenheid en interesse bij de burger weg te nemen. Pas dan kan samenwerking tussen burger, bedrijfsleven, politiek en onderwijs tot stand komen, waarbij kartrekkers en community nodig zijn.



DISCUSSIE

Zoals in de inleiding al aangegeven is dit vooronderzoek tot stand gekomen met als doel een bijdrage te leveren aan inclusieve waardecreatie voor een circulaire samenleving. Door te onderzoeken of en hoe meer invloed van burgers gewenst is bij de organisatie van verschillende aspecten binnen de textielindustrie en de rol die onderwijs, netwerkorganisaties en andere instellingen hierbij kunnen spelen, geven we inzicht in hoe aan deze inclusieve waardecreatie invulling gegeven kan worden. Pas als echt opvolging gegeven wordt aan het onderzoek en de verschillende stakeholders daadwerkelijk de verschillende aspecten van de textielindustrie mee gaan vormgeven, kan van daadwerkelijke inclusieve waardecreatie gesproken worden. Zoals eerder ook aangegeven is in dit onderzoek niet expliciet ingegaan op de bijdrage die geleverd kan worden aan de circulaire samenleving. Hierbij is echter belangrijk te melden dat het beeld dat uit de interviews naar voren is gekomen wel wijst op de wens de industrie meer circulair te maken. Vooral de concrete ideeën die door respondenten naar voren zijn gebracht ter verbetering van verschillende aspecten van de textielindustrie en de redenen die gegeven zijn om meer invloed te willen uitoefenen getuigen daarvan. Onbedoeld is daarmee al een stukje mogelijke invulling gegeven aan de inclusieve waardecreatie voor een circulaire samenleving. In vervolgonderzoek kan de circulaire samenleving uiteraard wel expliciet aan bod komen.

Uit de resultaten van dit onderzoek kan geconcludeerd worden dat facilitering, informatieverstrekking en transparantie door politiek en bedrijfsleven als het ware voorwaarden zijn om tot de nodige samenwerking te komen richting inclusieve waardecreatie. Maar wie zorgt ervoor dat dit gaat gebeuren? Wie zet daartoe de eerste stap? De politiek? Het bedrijfsleven? Burgers? Het onderwijs? Netwerkorganisaties (zoals Midpoint in de regio Hart van Brabant)? Andere (culturele) instellingen (zoals het Textielmuseum)? Kunnen we kartrekkers uit de verschillende groepen bij elkaar brengen om dit aan te wakkeren?

Onderwijs wordt een belangrijke rol toegekend bij bewustwording van het thema en samenwerking met het bedrijfsleven. Het onderwijs zou zowel op korte als op lange termijn een verbindende rol kunnen vervullen. Op korte termijn om gewenste veranderingen mee op gang te helpen, verschillende partijen met elkaar in contact te brengen en met onderzoek en onderwijs te ondersteunen. Op lange termijn om te zorgen voor brede inbedding in de maatschappij bij alle leeftijdsgroepen. Een ander interessant punt wat de discussie waard is heeft te maken met het vertrouwen van burgers in de politiek. Met betrekking tot de aspecten 'vervuiling/milieu', 'locatie' en 'werkomstandigheden' hebben burgers het vertrouwen dat in Nederland e.e.a. goed geregeld is en zien hierbij de belangrijkste rol voor de politiek en/of betrokken instanties. Het roept de vraag op waar dit vertrouwen op gebaseerd is. Weten ze dat bepaalde zaken goed geregeld zijn? Hoe weten ze dat dan precies? En hangt dit vertrouwen samen met een breder vertrouwen in de politiek, wat breed in de samenleving juist lijkt af te brokkelen? Of beperkt het vertrouwen van burgers in politiek zich tot deze specifieke aspecten?

Sterke en zwakke kanten van het onderzoek

Het onderzoek kent tevens een aantal sterke en zwakke kanten. Zoals eerder vermeld is bij de dataverzameling gebruik gemaakt van een selecte gelegenheidssteekproef en de sneeuwbal methode. Het onderzoek werd gestart tijdens een evenement dat gericht was op duurzame ontwikkelingen rondom textiel. Wellicht heeft dit ervoor gezorgd dat een deel van de deelnemers een meer dan gemiddelde interesse heeft in de textielindustrie en duurzame ontwikkelingen rondom textiel. Dat kan van invloed zijn geweest op de antwoorden gegeven op de vragenlijsten en tijdens de interviews. Mogelijk heeft dit ertoe geleid dat de groep respondenten meer invloed wenst op verschillende aspecten dan wanneer van een aselecte steekproef gebruik zou zijn gemaakt. Tegelijkertijd kan een dergelijke onderzoeksgroep, die misschien ook een beter dan gemiddeld beeld heeft van de industrie en de laatste



ontwikkelingen op gebied van duurzaamheid er toe dienen om de stappen die nodig zijn richting een circulaire samenleving via meer invloed van burgers aan te wakkeren. Deze groep zou als koploper beschouwd kunnen worden en zo 'de rest' de weg wijzen. Je zou kunnen zeggen dat de zwakte van de selecte onderzoeksgroep kansen biedt om de gewenste circulaire en inclusieve samenleving vooruit te helpen.

De keuze om zowel met vragenlijsten als interviews te werken heeft er voor gezorgd dat we informatie hebben verzameld van een aanzienlijk aantal respondenten, vooral burgers, en dat we daarnaast verdieping hebben gecreëerd. Op deze manier is een mooi compleet beeld ontstaan van de wensen van de onderzochte groepen.

Het onderzoek heeft dezelfde thema's vanuit verschillende perspectieven belicht; het burgerperspectief en het perspectief van de professional. Behalve dat deze methode zorgt voor een completer beeld dan wanneer de focus bij slechts één groep ligt, heeft het in dit onderzoek geresulteerd in het inzicht dat de perspectieven van beide partijen goed op elkaar aansluiten. Dit is een belangrijk gegeven bij het vormgeven van vervolgonderzoek en/of het implementeren van vormen van invloed door burgers in de praktijk. Dit gegeven en het gegeven dat meer invloed gewenst is stemt positief met betrekking tot het slagen van volgprojecten en vraagt daarmee ook om vervolgonderzoek.



AANBEVELINGEN

Om de gewenste veranderingen aan te zwengelen is het belangrijk de verschillende actoren op de juiste manier te betrekken. Omdat uit het onderzoek blijkt dat kartrekkers nodig zijn om veranderingen in gang te zetten, lijkt het logisch de kartrekkers van de verschillende groepen bij elkaar te brengen; van de burgers, het bedrijfsleven en de politiek, het onderwijs en netwerkorganisaties. Onderwijsnetwerkorganisaties en eventuele andere (culturele) instellingen kunnen hierbij optreden als verbindende en participerende actoren. Zij kunnen via hun netwerk de kartrekkers bij burgers, bedrijfsleven en politiek identificeren en samenbrengen en via onderzoek en onderwijs een belangrijke bijdrage leveren.

Vervolgonderzoek

Als vervolg op dit vooronderzoek wordt voor de korte termijn aanbevolen opvolging aan het onderzoek te geven door middel van het empirische analyseren van kleinschalige, lokale projecten en initiatieven, waarbij gemeente, bedrijfsleven en burgers, onderwijs, netwerkorganisaties en eventuele andere instellingen samenwerken. In overleg met de verschillende actoren dient bepaald te worden op welke manier de invloed van burgers, maar ook die van de andere stakeholders vormgegeven zal worden. Denkbaar hierbij is dat verschillende manieren uitgetoetst worden. De reden om kleinschalig van start te gaan is dat het onderzoek een exploratief karakter heeft en het daarbij een pré is als snel geschakeld kan worden en in stapjes bekeken kan worden welke aanpak werkt, en waarom, waarmee tevens inzichtelijk wordt waarop bijgestuurd kan worden in andere projecten en initiatieven.

Hierbij wordt aanbevolen in eerste instantie de focus te leggen op het aspect 'inzamelen/hergebruik', omdat op dit aspect de meeste toename in invloed gewenst is en hierbij ook de meeste concrete ideeën bestaan. Na evaluatie kan dan desgewenst opgeschaald worden naar andere aspecten en/of sectoren en kan gekeken worden of andere vormen of een andere

mate van wederkerige beïnvloeding tussen alle participerende stakeholders gewenst is. Parallel onderzoek in verschillende (internationale) regio's geeft hierbij de mogelijkheid ervaringen met elkaar te delen en van elkaar te leren. Daarnaast kan het bundelen van krachten de aandacht voor het onderwerp en de impact vergroten.

Welke onderzoeken voor de (middel)lange termijn het meest geschikt zullen zijn zal mede afhankelijk zijn van de uitkomsten van onderzoek op de korte termijn. Als opvolging van dit onderzoek en binnen het kader van 'inclusieve waardecreatie voor een circulaire samenleving' kan onderzoek verricht worden dat kennis en inzicht oplevert met betrekking tot manieren om invloed uit te oefenen op verschillende aspecten van de (textiel)industrie om zo een bijdrage te leveren aan de circulaire transitie. Het onderzoek kan ook breder getrokken worden door, naast de bijdrage aan de circulaire economie, te onderzoeken welke bijdrage geleverd kan worden aan het welzijn van burgers of aan manieren van invloed uitoefenen in andere terreinen van de samenleving. Eveneens interessant is verdere verdieping van het gegeven dat burgers vooral samen met andere burgers invloed willen uitoefenen en expliciet benoemen geen kartrekker te willen zijn. Ook hier geeft parallel onderzoek in verschillende (internationale) regio's de mogelijkheid ervaringen met elkaar te delen en van elkaar te leren.



LITERATUUR

- Ashwin, S., Kabeer, N., & Schüßler, E. (2020). *Contested understandings in the global garment industry after Rhana Plaza*. Geraadpleegd op 03/10/2022 via: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/dech.12573>
- Baarda, B., Bakker, E., Fischer, T., Julsing, M., Kostelijk, E., & Van der Velden, T. (2021). *Basisboek kwalitatief onderzoek: Handleiding voor het opzetten en uitvoeren van kwalitatief onderzoek*. (5^e druk). Groningen: Noordhoff Uitgevers.
- Baarda, B., Kalmijn, M., & De Goede, M. (2015). *Basisboek Enquêteeren: Handleiding voor het maken van een vragenlijst en het voorbereiden en afnemen van enquêtes*. (4^e druk). Groningen/Houten: Noordhoff Uitgevers.
- Bartlett, E. (2020). *Fast Fashion's Effects on the Environment and Factory Workers: The Case of Bangladesh*. Geraadpleegd op 03/10/2022 via: https://ursa.mercer.edu/bitstream/handle/10898/12179/S026b_Bartlett_Em_CLAS.pdf?sequence=2&isAllowed=y
- Boeije, H., & Bleijenbergh, I. (2019). *Analyseren in kwalitatief onderzoek*. (3^e druk). Amsterdam: Boom Uitgevers.
- DCTV (z.d.). Geraadpleegd op 29/09/2022 via: <https://www.dutchcirculartextile.org/#General>
- Houterman, J., Nederlof, H., & Nelissen, E. (2020). *Fontys for Society, strategisch plan 2021 -2025*. Geraadpleegd op 29/09/2022 via: <https://fontys.nl/Over-Fontys/Nieuws-tonen-op/Brochure-Strategisch-Plan-NL-versie.htm>
- Janssens, A. (2001). *Eens door de wol geverfd, nu door de wol getekend: De 'trage' ramp van de ondergang van de Tilburgse Textielindustrie, 1900-1980*. Geraadpleegd op 03/10/2022 via: <https://repository.ubn.ru.nl/handle/2066/151282>
- Loorbach, D., Avelino, F., Haxeltine, A., Wittmayer, J.M., O'Riordan, T., Weaver, P., & Kemp, R. (2016). *The economic crisis as a game changer? Exploring the role of social construction in sustainability transitions*. Geraadpleegd op 29/09/2022 via: https://www.jstor.org/stable/26270000?seq=3#metadata_info_tab_contents
- Maso, I., & Smaling, A. (1998). *Kwalitatief onderzoek: praktijk en theorie*. Amsterdam: Boom Lemma.
- MVO Nederland (2020). *Zo ziet de nieuwe economie eruit*. Geraadpleegd op 29/09/2022 via: <https://www.mvonederland.nl/news/zo-ziet-de-nieuwe-economie-eruit/>
- Raworth, K. (2017). *Doughnut Economics* (1^e ed.). London: Penguin Random House.
- Regio Hart van Brabant & Midpoint Brabant (z.d.). *Strategische Meerjarenagenda 2020-2023*. Geraadpleegd op 29/09/2022 via: <https://www.sma-hartvanbrabant.nl/>
- Vereniging Hogescholen (2018). *Nederlandse gedragscode wetenschappelijke integriteit*. Geraadpleegd op 23/09/2022 via: https://www.vereniginghogescholen.nl/system/knowledge_base/attachments/files/000/000/959/original/Nederlandse_gedragscode_wetenschappelijke_integriteit_2018_NL.pdf?1536866463
- Verhoeven, N. (2019). *Statistiek in stappen*. (3^e druk). Amsterdam: Boom Uitgevers.
- Verhoeven, N. (2018). *Wat is onderzoek? Praktijkboek voor methoden en technieken*. (6^e druk). Amsterdam: Boom Uitgevers.



> FOR SOCIETY

Hogeschool Sociale Studies
Eindhoven

FONTYS.NL