

Biologische katoen is booming

Wereldmarktleider

Turkije

Door Mehmet Ülger en Astrid van Unen. Fotografie door Mehmet Ülger

Uit welk land komt de meeste katoen? Goed geraden. De VS. Dat is al zo sinds de negerhut van Oom Tom. Maar uit welk land komt de meeste biologische katoen? Turkije neemt wereldwijd 40 procent van die productie voor zijn rekening. En waarom is het land wereldmarktleider? Omdat het meer dan andere landen een traditie heeft in biologische landbouw, over een betere infrastructuur beschikt en geen chemische industrie huisvest die gratis pesticiden verstrekt.

In het glooiende gebied van het West-Turkse Bergama rijdt in de zomerse avondzon boer Sezgin Tekin op zijn tractor over een van zijn velden. Op de achtergrond plukken vijf vrouwen met hoofddoeken het onkruid tussen de rijen tuinplantjes weg. Tekin verbouwt al vanaf het prille begin van zijn boerenbestaan biologische katoen. Hij heeft er geen grote filosofieën over. "Ik heb er niet bewust voor gekozen. Ik doe het gewoon altijd al, zoals mijn vader het ook deed." Alle producten die Tekin verbouwt, verkoopt hij aan de overheid. In tegenstelling tot Nederland is de Turkse overheid actief in het bedrijfsleven, zoals de wapenindustrie, maar ook de landbouw. Tekin is voor Turkse begrippen een grote boer: hij bezit 150 hectare land. Hij wisselt de katoenbouw af met tarwen en tuinplantjes. Volgend jaar overweegt hij meloen te verbouwen. De katoen uit Bergama is volgens Tekin wat duurder dan uit andere gebieden in Turkije. "In principe levert katoen meer op dan alle andere landbouwproducten", zegt hij. "Maar vorig jaar waren de prijzen laag en toen kregen de katoenboeren financiële steun van de overheid. Dit jaar ziet het er beter uit."

Een knop om

Turkije is koploper in de biologische katoenproductie. Het land geniet de laatste jaren van de groeiende behoefte aan dit product. Dat merkt ook Kees Maris, directeur van het Turkse katoenbedrijf Mavideniz in Torbali, nabij Izmir. Hij heeft een eigen verklaring voor de sterke positie van Turkije in deze sector. "Er zijn volgens mij drie redenen. De boeren zijn niet te klein, dus je kunt er afspraken mee maken. Ze hebben minstens twee à drie hectare. Verder heeft Turkije een heleboel traditionele telers, die bijvoorbeeld graan, rode linzen en katoen afwisselen. Die waren dus al biologisch voordat er een specifieke markt ontstond. En ten slotte is het in Turkije niet toegestaan om gengemanipuleerd zaad te gebruiken. Dit in tegenstelling tot de VS, de grootste katoenproducent van de wereld." Maris was zelf ooit boer in de Nederlandse Noordoostpolder. Hij was specialist in de poot aardappelteelt, waar de schimmelziekte rhizoctonia welig tiert. Die is alleen te bestrijden met kwik, dacht Maris. Maar mensen die ermee werkten, gingen voor hun zestigste dood, zo merkte hij. "Ik moest van mijn vader bestrijdingsmidde-



Boer Sezkin Tekin uit Bergama verbouwt al vanaf het prille begin van zijn boerenbestaan biologische katoen. Hij heeft er geen grote filosofieën over.

len gebruiken. Maar toen vroeg een stagiair of hij het onkruid niet op een andere manier mocht weghalen. En dat lukte. Toen ging er bij mij een knop om." Hij ontmoette een Turkse Duitser die hem vroeg in Sri Lanka biologische ananas te gaan telen. Daar had Maris wel oren naar. Sinds 1991 zit hij in Turkije. Mavideniz handelde aanvankelijk vooral in biologische zuidvruchten en zaden: gedroogd of in potjes. In Duitsland heet het merk Morgenland, in Nederland Natudis. "Onze boeren hadden bijvoorbeeld tomaten, linzen en kikkererwten", vertelt Maris. "Maar ze verbouwden ook katoen. Dat is een goed gewas voor de vruchtrotatie. Op een bepaald moment vroegen ze of wij ook interesse hadden in hun katoen. Inmiddels exporteren we dat product over de hele wereld." Maris is al vijftien jaar bezig biokatoen te promoten. Hij loopt tegen heel veel praktische bezwaren aan. "De keten is erg ingewikkeld", zegt hij. "Het begint bij de katoenbouw, dan heb je het ontzadingsbedrijf. Daarna gaat het naar de spinner, dan naar de wever. Vervolgens gaat het via de verffabriek naar een naaiatelier en pas daarna naar het merk. Voor textielbedrijven is het heel moeilijk om zicht te krijgen in elke schakel van de keten." Mavideniz heeft contracten met boeren in Urfa, het zuidoosten van Turkije, en een aantal ontzadingsbedrijven. "Wij verkopen de katoen dus verder onbewerkt. Aanvankelijk hadden we eigen merkkleding, maar dat liep stuk op de import van natuurlijke kleuren. Na veel moeite had ik zes natuurlijke kleuren gevonden over de hele wereld. Die mocht ik niet in Turkije importeren. Wel in Europa, maar daar kon ik niemand vinden die de katoen wilde verven."

Soort nomaden

Toch laat Maris zich niet uit het veld slaan. Hij heeft sinds dertien jaar contact met Nike, die graag inzicht wil krijgen in de textielketen. Het ziet er naar uit dat Maris hen daarin gaat begeleiden. Verder is hij actief in de werkgroep 'Earth to Earth' van Wal-Mart, die de directeur informeert over milieu en gezondheid. Hij heeft goede hoop dat Wal-Mart, die ook kleding verkoopt, in

Biologische katoen wereldwijd

De omzet van biologische katoen is niet groter dan 1 procent van de totale katoenproductie op deze wereld. Zo'n 40 procent van het biologische product komt uit Turkije. India volgt met 25 procent. In West-Afrika zijn de chemische bedrijven die pesticiden verkopen erg sterk. Daar heeft 90 procent van de boeren te maken met pesticidenvergiftiging. Jaarlijks worden 1 miljoen mensen in de West-Afrikaanse katoenbouw opgenomen in ziekenhuizen. In deze regio is de behoefte groeiende om het roer richting biologisch om te gooien. In Europa is Zwitserland koploper als het gaat om de verkoop van biologische katoen. De Zwitsers kopen 3,5 procent van de totale biologische katoen. Duitsland boekt in Europa de meeste winst rond de inkoop, verwerking en export van biokatoen. Toonaangevende textielbedrijven die zich bezighouden met biologische katoen zijn onder meer Nike, Levis, Otto, Patagonië, M&S, Timberland en Next. Nieuwkomer is Wal-Mart, die zelfs een werkgroep 'Earth to Earth' heeft opgericht met bedrijven als Procter & Gamble, Cotton Inc. en onafhankelijke adviseurs. De werkgroep informeert de directeur over gezondheid en milieu. Wal-Mart koopt 2,2 miljoen ton katoen per jaar om in textiel te verwerken. Dit is 10 procent van de totale katoenproductie op aarde.

Organic Exchange

Bio is *booming* in de katoenindustrie. Want de vraag naar producten van biologisch katoen blijkt de laatste jaren flink gestegen: van 245 miljoen Amerikaanse dollar in 2001 naar 580 miljoen dollar in 2005. De komende jaren wordt een verdrievoudiging verwacht met een schatting van 2,6 miljard dollar in 2008. Die voorspelling doet Organic Exchange, een platform van boeren en bedrijven die zich bezighouden met biologische katoen.

In september organiseerde Organic Exchange in samenwerking met ICCO, Nike Europe en Rabobank een vijfdaagse conferentie in Utrecht waar zo'n driehonderd deelnemers informatie uitwisselenden, netwerken en producten toonden. Daar waren ook opvallend veel Turkse (textiel)bedrijven aanwezig. Zo toont Hateks, een van de leidende textielbedrijven in Turkije, een bio-lijn van handdoeken en badproducten. Het Amerikaanse textielbedrijf Source laat een nieuwe kledinglijn zien onder de naam Greensource. De biokatoen die ze gebruiken, komt uit Turkije.

Organic Exchange, dat in 2003 is opgericht om biologische vezels, waaronder katoen, te promoten, heeft de wind mee. De organisatie heeft zo'n honderd sponsors, vertelt Simon Ferrigno, directeur van het boerenontwikkelingsprogramma van Organic Exchange. Maar er zijn veel meer bedrijven die aan hen gelieerd zijn. In Groot-Brittannië alleen al zijn vierhonderd bedrijven bij de organisatie betrokken. Wereldwijd gaat het om zo'n drieduizend bedrijven en boeren. En er komen er elke dag meer bij.

Al in de jaren tachtig drong het tot enkele producenten door dat in de conventionele katoenbouw een gigantische hoeveelheid pesticiden omgaat. En dat dit ten koste gaat van de gezondheid van landarbeiders en het milieu. Biologische katoen is volgens Ferrigno groeiende dankzij bedrijven die zich er hard voor maken. "Soms gaat het om geld, soms om overtuiging. Maar pas nu gaan ook de consumenten eisen stellen."

Simon Ferrigno denkt dat Turkije marktleider in biokatoen is vanwege de nabijheid met Europa. "In Europa is de hele beweging rond biologische katoen ontstaan. De lijnen met Turkije waren dan ook snel gelegd. Maar ook de infrastructuur bestond al in Turkije, omdat daar heel veel katoen wordt verbouwd." Doel van Organic Exchange is in tien jaar tijd biologische katoen te laten groeien tot 10 procent van de wereldwijde handel. Ferrigno hoopt dat het op de langere termijn richting 30 procent zal gaan.

www.organicexchange.org



Kees Maris, directeur van het Turkse katoenbedrijf Mavideniz in het Turkse Torbali, is al vijftien jaar bezig biokatoen te promoten. "De keten is erg ingewikkeld."

de nabije toekomst overgaat op biokatoen. Ook is hij actief in Organic Exchange en in projecten van ICCO. Verder laat hij op een proefveldje vlakbij zijn hoofdkantoor onderzoeken hoe katoen met zo min mogelijk water kan groeien. "Dat is belangrijk", zegt hij, "want er zijn in Turkije gebieden waar zestig kubieke meter water nodig is voor een kilo katoen zonder zaad. Dat is wel erg veel en kostbaar. We hebben een veldje hier vlakbij waar een Oezbeekse wetenschapper allerlei onderzoek doet. Hij houdt zich vooral met zaad bezig en met de resistentie tegen ziektes."

En ten slotte zoekt hij naar een oplossing voor het probleem rondom kinderarbeid in de landbouw. "Daar hebben wij natuurlijk ook mee te maken. De plukkers zijn een soort nomaden. Ze beginnen vanaf de tomatenoogst met plukken en eindigen in november bij de laatste pluk van de katoen. Ze trekken dus van boer naar boer en leven in plastic tenten. Het klopt dat die kinderen niet naar school gaan. Dat is een probleem waar ik nog geen oplossing voor heb. Want naar school gaan is veel belangrijker dan op de boerderij werken. Mijn doel is in de komende twee à drie jaar een school in Urfa op te zetten. Ik heb er geen problemen mee dat kinderen meehelpen bij de oogst, dat deed ik zelf als vijfjarig jongetje al. Maar ik ging ook naar school en die voorziening wil ik graag realiseren."

Ook Egedeniz Tekstil, een van de grootste textielbedrijven in biologische katoen in Turkije, herkent het probleem van kinderarbeid, maar stelt dat op hun plantages

Wereldmarktleider **Turkije**



Volgens projectmanager Ferdi Kaygusuzer van Egedeniz Tekstil in het Turkse Izmir, kan zijn bedrijf niet met de boeren onderhandelen over de werkomstandigheden op de plantages. "De plukkers zijn niet onze werknemers, dus kunnen wij ook geen eisen stellen."

geen kinderhandjes mee plukken. "We zijn niet altijd aanwezig op de plantages", zegt projectmanager Ferdi Kaygusuzer, "maar de meeste kinderen werken niet. Ze spelen. De vijftienjarigen werken meestal op andere plantages, waar ze meer kunnen verdienen. Wij hebben hier ook minder te maken met nomaden. Die heb je meer in zuidoost-Turkije."

Egedeniz is in 1993 gestart en houdt zich bezig met de hele keten, van katoenplantje tot eigen merk. Ook naait het bedrijf voor Europese textielbedrijven zoals het Britse Howies. De laatste drie jaar, zegt Kaygusuzer, neemt de biokatoen een hoge vlucht. Dankzij de groeiende belangstelling van Nederlandse en Duitse handelaren die zich gingen focussen op biokatoen. Maar ook Nike, Timberland, H&M en onlangs nog C&A zoeken contact met het bedrijf. Wal-Mart zit niet in de planning. "Dat is een goedkope supermarkt en die heeft dus geen goede prijzen. Onze overheid helpt onze boeren. Met Wal-Mart is fair trade niet mogelijk, omdat ze geen eerlijke prijzen kunnen betalen. We kunnen niet onder onze bodemprijs gaan zitten."

Vruchtbare bodem

Egedeniz werkt uitsluitend met boeren uit Bergama, een glooiend gebied dat zo'n tachtig kilometer boven Izmir ligt. Daar heeft het bedrijf contracten met zo'n veertig boeren. Zij worden gecontroleerd door Skal Control Union, een Nederlands bedrijf dat gespecialiseerd is in textiel. Kaygusuzer denkt dat Turkije marktleider is in biologische katoen, omdat de Turkse grond er zo geschikt voor is.

"De bodem is heel vruchtbaar, je hebt geen irrigatie nodig. Er is veel wind die de insecten wegwaait. Vooral in Bergama is het klimaat gunstig. In Adana, waar veel conventionele katoenboeren zitten, is het klimaat wat minder gunstig: minder regen, minder vochtig en minder wind."

Biologische katoenbouw loont. Het brengt niet zozeer meer op, maar de kosten zijn lager: geen uitgaven aan pesticiden en lagere ziektekosten. Egedeniz betaalt de boeren nog eens extra, zo'n 10 à 15 procent meer dan het minimumloon, zegt Kaygusuzer. "We betalen ook alle verzekeringen, terwijl veel bedrijven dat niet doen. We proberen hen te helpen. Vorige maand hebben we een computer naar een boer gestuurd, die kan helpen bij de administratie. Af en toe sturen we een T-shirt. Maar sommige boeren gaan definitief over op een ander landbouwproduct, omdat katoen te weinig oplevert."

Volgens Kaygusuzer kan zijn bedrijf niet met de boeren onderhandelen over de werkomstandigheden op de plantages. "De plukkers zijn niet onze werknemers, dus kunnen wij ook geen eisen stellen. Tot vorig jaar kregen ze per kilo uitbetaald, maar nu krijgen de plukkers een dagloon. Het voordeel is: ze plukken gerichter en nemen niet alle bladeren mee. In de contracten met de fabrieken die ontzaden, spinnen, et cetera, houden we wel rekening met de arbeidsomstandigheden. Ze moeten op z'n minst de regeringswetten volgen."

www.mavidenizgroup.com
www.egedeniztextile.com