

# Van Brabantse dorpsfabriek naar productiepartners over heel de wereld; familiebedrijf Schijvens Corporate Fashion zet in op volledig circulaire kledingindustrie

“Onze voorvaders hebben vooral de technische kant van onze kleding goed ontwikkeld. Hun vakmanschap, daar bouwen wij op voort,” zegt Shirley Schijvens, sinds 2005 samen met broer Hugo de vijfde generatie in het familiebedrijf ‘Schijvens Corporate Fashion’. “Een gerecycled product dat van ellende uit elkaar valt, daar heb je niks aan,” benadrukt ze vol passie in het verrassend ruime kantoor achter de kleine gevel van de oorspronkelijke Schijvens-fabriek in Hilvarenbeek. Ilse Ebbens en Lisa Koolhoven van ‘Zaken van betekenis’ gingen met deze pionier in gesprek. Voor deze interviewreeks spreken zij familiebedrijven die al met succes betekenisvol ondernemen vanuit hun gedachtegoed. Die doen wat nodig is in een steeds veranderende wereld. Ilse en Lisa gebruiken hiervoor het ‘boommodel’ van Zaken van betekenis. Hoe geeft Shirley vanuit de wortels van Schijvens Corporate Fashion invulling aan haar maatschappelijke opdracht als ondernemer in een familiebedrijf?

## Wortels: vakmanschap en sociaal werkgeverschap

*Het familiebedrijf is als een boom. Een vast en herkenbaar punt in de omgeving, met wortels in, en een zichtbaar deel boven de grond. De boom past zich aan onder invloed van externe factoren, groeit meer in de breedte of de hoogte, maakt een extra zijscheut, verlengt het wortelstelsel en kan door te groeien meer schadelijke stoffen uit de omgeving opnemen. Deze boom is tevens de stamboom van de familie. Ook daarbij is er een onderscheid tussen wat je ziet – de huidige generatie – en de vorige generaties die soms meer, soms minder op de achtergrond zijn. De wortels van de boom en van het familiebedrijf zijn bepalend voor de stevigheid.*

“Ons bedrijf bestaat officieel sinds 1863, maar tot in 1600 zijn er kleermakers in de familie terug te vinden,” vervolgt Shirley trots naast een levensgrote foto van de opening van de nieuwe Hilvarenbeekse fabriek in 1946. Het eerste grote wapenfeit van Johannes Petrus Schijvens, de opa van Shirley, die plotseling overleed toen Shirleys vader nog maar zestien was: “Pa werd toen van het gymnasium gehaald om in het bedrijf te komen.” Met een voortdurende ontwikkeling van het vakmanschap in het ontwerpen en produce-



ren van bedrijfskleding, wist vader Tino klanten als Edah, Torro en Kruidvat aan Schijvens te binden. Daarnaast beaamt Ineke Bruurs het sociale karakter van het bedrijf. Zij kwam 45 jaar geleden in de fabriek werken, klom op tot cheffin en doet nu de kwaliteitscontroles. Werknemers konden in hoge mate hun eigen werktijden bepalen en als de nood aan de man was, kregen ze een lening.

## Zichtbaarheid in het dorp

“Pa is ook zo’n sociale,” verklaart Shirley deze omgang met het personeel, “maar het heeft ook met de zichtbaarheid in het dorp te maken. Als jij een kloterige werkgever bent, weet iedereen dat.” Toch bleek er ook een grens aan hoe sociaal je als werkgever kunt zijn: “Pa had allerlei shit met personeel dat over hem heen liep. Van 2010 tot 2011 plaatste de bank ons onder ‘bijzonder beheer’. Toen bleken we bijvoorbeeld een medewerker te hebben die vier auto’s op de zaak reed!” Sinds zij op haar tweeëntwintigste de Hogere Hottelschool afrondde, draaide Shirley mee in het bedrijf: “Ik vind verkopen, het verhaal vertellen, heel leuk. Toen het bedrijf door de bank werd doorgelicht, bedacht ik me wel dat ik niet alleen moest verkopen, maar ook moest nadenken. Het jaar erna maakten we gelijk winst.”

## Stam: met innovaties en transparantie inspelen op sociale en duurzaamheidsvraagstukken

*De stam laat in de jaarringen de samenwerking met de omgeving zien.*

1863	oprichting Schijvens Confectiefabriek Hilvarenbeek
2005	overname door huidige vijfde generatie Shirley en Hugo Schijvens
2008	winnaar ‘Corporate Fashion Award’
2012	“
2016	“
2018	“
2010	lid Fair Wear Foundation for Social Compliance, ‘Leader’ in Brand Performance Index
2017	eerste circulaire productie
2021	50 medewerkers kantoor en magazijn Hilvarenbeek, 10 productiepartners wereldwijd
2022	100% circulaire producties

Het financieel gezond maken van het bedrijf, het afschalen van de productie in Hilvarenbeek en het verplaatsen daarvan naar Azië, gebeurde in een periode dat er steeds meer naar buiten kwam over klimaatverandering, en de vervuilende en onrechtvaardige aspecten van de kledingindustrie: “Samen met het personeel hebben we documentaires als ‘An Inconvenient Truth’<sup>2</sup> en ‘The True Cost’<sup>3</sup> zitten kijken,” vertelt Shirley over hoe deze nieuwe inzichten het familiebedrijf binnenkwamen. “Toen de fabriek nog hier in Hilvarenbeek zat hadden we geen weet van vervuiling. ‘De Club van Rome’<sup>4</sup> was ook pas in de jaren zeventig. Onze voorouders gebruikten wel altijd al stoffen uit

Europa. En mijn moeder was bewust met de natuur bezig. Onze zus Laura is niet in het familiebedrijf gestapt, maar is een biologische geitenboerderij in Frankrijk begonnen.”

#### Eigen vervezeltechniek

Na de olie-industrie is de productie van textiel de meest vervuilende industrie ter wereld. Dan gaat het met name om het wegvloeien van verfstoffen en synthetische materialen in de bodem. Tegelijkertijd is de verwachting dat de vraag naar textiel zal blijven stijgen. Na het zien van genoemde documentaires dacht Shirley: “Lekker is dat, ben je elke dag met plezier kleding aan het maken! Moeten we misschien iets heel anders gaan doen?” Op zoek naar alternatieven sloot Schijvens zich aan bij ‘MADE-BY’<sup>5</sup>: “Daar kwam uit dat we het best mechanisch konden gaan vervezelen voor recycling,” benoemt Shirley de innovatie waartoe zij besloten. “Als proef zijn we met hostelketen StayOkay begonnen. We haalden hun afgedragen kleding terug en maakten daar met onze vervezeltechniek nieuwe van.” Tot Shirleys eigen verrassing smaakte dit naar meer; voor StayOkay, maar ook voor andere klanten, “terwijl ze voor het circulaire en het minimumloon in lageloonlanden toch twee keer vijf procent extra betalen.” Omgekeerd benadrukt ze: “Klanten als McDonald’s en Albert Heijn hadden wij nooit binnengehaald als wij niet duurzaam en sociaal waren.”

#### Takken: hele keten transformeren naar circulair en maatschappelijk verantwoord ondernemen

*De takken tonen de (mogelijkheden voor) bedrijfsoverstijgende betekenisvolle groei.*

Schijvens streeft naar een circulaire productie, waarbij producten zoveel mogelijk – liefst 100% – herbruikbaar zijn en waar de schade aan het milieu zoveel mogelijk beperkt blijft. Dit doet het bedrijf door een weloverwogen keuze voor bepaalde grondstoffen en materialen, zoals het gebruik van gerecycled plastic en gerecycled textiel. Samen met partners in de keten is Schijvens continu op zoek naar verbeteringen. Daarbij vervult het familiebedrijf een voortrekkersrol waarmee het tienduizenden anderen helpt duurzamer en socialer te werken. “Het opzetten van een circulair systeem doe je niet alleen, maar samen met alle productiepartners,” onderstreept Shirley.



Schijvens werkt met zo’n tien partners in China, Pakistan, UAE, Bangladesh, Marokko, Turkije en Portugal. Al deze productielocaties zijn opgenomen in het auditprogramma van ‘Fair Wear Foundation’. “Het familiegevoel dat we eerst alleen hier in Hilvarenbeek hadden, zit nu in de hele keten,” vertelt Shirley trots. “Dat begint met de manager van een fabriek: kan die het familiegevoel overdragen? Zorgt hij goed voor de mensen? Deze fabrieken zijn ook vaak familiebedrijven.” In contact met productiepartners schuwt Shirley gevoelige onderwerpen niet: “De vrouw van Mahmood in Pakistan heeft rechten gestudeerd. Ik ben met hem in gesprek gegaan over of zij vanuit de fabriek niet een grotere rol kan spelen, in het lobbyen voor vrouwenrechten bijvoorbeeld.”

#### De cirkels in de wereld rond maken

“In 2013 bestond Schijvens 150 jaar. We hebben iedereen uitgenodigd, ook onze leveranciers uit het buitenland. Ze bleken elkaar als concurrent te zien! Ik heb ze toen verteld dat iedereen zijn eigen stukje van de taart heeft – de één is gespecia-

liseerd in overhemden, de ander in het maken van polo’s – en dat ons doel moet zijn om die taart als geheel groter te maken. Overigens hoeft ik niet ten koste van iedereen te groeien.” Sindsdien is deze ‘supplier meeting’ een jaarlijks terugkerend evenement, waarbij de laatste keer ook de klanten van Schijvens aanwezig waren. Voor kleinere hoeveelheden en om onvoorziene omstandigheden bij leveranciers op te vangen, heeft Schijvens ook een eigen fabriek in Turkije. Hun zelfontwikkelde machine voor het maken van nieuwe stof uit gerecyclede vezels, is onderdeel van een andere Turkse fabriek. “We moeten de cirkels in de wereld rond kunnen maken. De wetgeving moet daarop aangepast worden,” benadrukt Shirley als zij vertelt over de invoerrechten die zij nu moeten betalen over te recyclen kleding. Ik heb dat ook aan de Koning voorgelegd toen hij hier in september 2020 op bezoek was,” besluit zij kortdaat.

*Idee en interview: Ilse Ebbens en Lisa Koolhoven, [www.zakenvanbetekenis.nl](http://www.zakenvanbetekenis.nl)  
Tekst: Lisa Koolhoven*

1 Fair Wear Foundation (FWF) zet zich in voor goede arbeidsomstandigheden in de kledingindustrie, in landen waar kleding wordt geproduceerd voor de Nederlandse en de Europese markt. FWF werkt samen met brancheorganisaties (MODINT, CBW-MITEX en FGHS), vakbonden (FNV en CNV) en de Schone Kleren Campagne. Bedrijven die bij FWF zijn aangesloten committeren zich aan het verbeteren van de arbeidsomstandigheden.

2 'An Inconvenient Truth' is een Amerikaanse documentairefilm uit 2006 over de opwarming van de Aarde, geregisseerd door Davis Guggenheim en gepresenteerd door Al Gore, voormalig vicepresident van de Verenigde Staten.

3 'The True Cost' is een documentaire uit 2015, geregisseerd door Andrew Morgan, die zich richt op fast fashion.

4 Het rapport 'Grenzen aan de groei' van de Club van Rome uit 1972 stelt dat, als de westerse maatschappij in hetzelfde tempo bleef consumeren, de rek er binnen honderd jaar uit zou zijn. Met name de bevolkingsgroei en industriële productie zouden fikse klappen krijgen, terwijl de uitputting van grondstoffen al binnen vijftig jaar voor problemen zou gaan zorgen.

5 MADE-BY – in 2004 opgericht door Solidaridad - is een lerend netwerk van bedrijven, producenten en maatschappelijke organisaties. De organisatie werkt met internationale normen en standaarden op het gebied van sociale en ecologische duurzaamheid. Belangrijke waarden daarbij zijn onder meer vermindering van de milieubelasting en naleving van arbeidsrechten.