

BERGEN TEXTIELAFVAL

Deze vorm van online passen biedt kansen om de mode-industrie te verduurzamen. Het zou namelijk iets kunnen doen aan de enorme hoeveelheden producten die consumenten retourneren omdat ze te groot, te klein, oncomfortabel of niet leuk genoeg zijn. 'Bij online shoppen wordt dertig tot vijftig procent van de items teruggestuurd,' zegt Arguelles Navas. 'Daar moeten vrachtwagens ongelooflijk veel voor heen en weer rijden en het creëert bergen textielafval. AR kan het aantal retours helpen terugdringen.' Uit nieuw onderzoek van Snap blijkt dat tachtig procent van de gebruikers zekerder is van een aankoop als ze met een *lens*

HEB JE EEN BETER BEELD VAN WAT JE KOOPT, DAN VEROORZAAK JE MINDER UITSTOOT EN VERSPILLING

virtueel gepast hebben. Twee derde van de gebruikers is minder geneigd een product terug te sturen. Consumenten met een beter beeld van wat ze kopen veroorzaken minder uitstoot en verspilling. En ook aan het begin van de productieketen valt wat te winnen. Merken en ontwerpers kunnen AR gebruiken om designs te testen op digitale doch realistische lichamen, zodat ze met minder samples en onverkochte voorraden blijven zitten (die helaas vaak eindigen als textielafval). 'Het integreren van AR in de ontwerpfase kan de ecologische voetafdruk van bedrijven drastisch verminderen, aangezien de productie veel efficiënter wordt,' zegt Jana van den Bergen, innovatiemedewerker bij platform en museum voor duurzame mode Fashion for Good.

'Met behulp van AR kunnen ze mode-shows ook geheel of gedeeltelijk virtueel maken. Een veel duurzamere optie dan een traditionele show.'

KOOPWOEDE?

Toch is AR niet de heilige graal voor het verduurzamen van de mode. Van den Bergen wijst erop dat de data achter digitale versies van kledingstukken moeten worden opgeslagen op servers in gigantische datacenters, die veel stroom verbruiken. En je kunt je afvragen of alle digitale inspiratie en de virtuele passessies niet leiden tot veel meer consumptie. Als een jurkje er leuk uitziet en je binnen een paar seconden weet dat het je mooi staat, waarom zou je het dan niet in je winkelmandje gooien? Volgens Arguelles Navas hoeven AR-toepassingen echter niet te

leiden tot koopwoede. 'Het kan juist ook inspiratie bieden voor het dragen van kleding die je al in de kast hebt hangen. De technologie is in staat items uit je kast te herkennen via de camera van je telefoon. Het merk achter dat bewuste kledingstuk kan dan op je scherm meteen stylingvoorbeelden geven.'

Duurzaamheid was voor vanHaren niet het argument om met AR te beginnen, maar de schoenenketen ziet wel mogelijkheden op dat vlak en wil ermee door. In een volgende ronde op Snapchat wil het bedrijf bijvoorbeeld meer schoenen aanbieden om virtueel te passen. Geen gek besluit: volgens onderzoeksbureau Gartner zal in 2025 bijna 75 procent van de wereldbevolking AR gebruiken. Wie weet hoef ik tegen die tijd geen enkel paar schoenen meer terug te sturen. ♦

