



GELOOF, HOOP & MODÉ

Dat de mode-industrie niet zo schoon is als hagelwitte catwalks doen vermoeden zal geen nieuws voor je zijn. Gelukkig zijn er mensen die de industrie van binnenuit verduurzamen. Vijf hoopvolle ontwikkelingen waaraan je zelf nog kunt bijdragen ook.

tekst SUSAN SJOUWERMANN

GEÛPCYCLEDÉ JAS VAN MIU MIU



Martan



1/OFF
Paris
(Re)Made



1/OFF PARIS (RE)MADE



1/OFF PARIS (RE)MADE



Martan



GeÛpcyclede jas van Miu Miu

fashion feature

1. Repareren

Er is een haast magische plek in Amsterdam-West waar je kapotte kleding weer als nieuw vandaan komt. Gaatjes, kapotte ritsen, losse zomen: ze kunnen bijna alles fiksen bij het United Repair Centre. Dat centrum is een spin-off van Makers Unite, een sociale onderneming die mensen met een migratieachtergrond klaarstoomt voor de Nederlandse creatieve industrie.

Beide initiatieven zijn ontsproten aan het brein van Thami Schweichler, die opgroeide in Brazilië en als productontwerper naar Parijs kwam om zich te bekwamen in social design. Hij streek daarna neer in Amsterdam en werkte voor ontwerpstudio's, totdat er een zekere kortsluiting ontstond. 'Ik dacht: we maken elk seizoen iets nieuws, het gaat alleen om winst, *it makes no sense anymore*. Ik was benieuwd of mode ook een positieve bijdrage kon leveren aan de wereld. Dat is mijn werk nu: de wereld schoner en socialer maken. Het is verslavend, eerlijk gezegd.'

Sweichler zette het reparatiecentrum op in samenwerking met de Metropool Regio Amsterdam en duurzaam outdoormerk Patagonia. Ook kleding van Scotch & Soda kan er worden gerepareerd, en er zijn veel meer merken die interesse hebben om zich aan te sluiten. 'Het repareren van kleding kan de

hoeveelheid textielafval enorm verminderen. Het zorgt ervoor dat je minder kleren weggooit en minder nieuwe kleren koopt,' zegt Schweichler. Het aanbieden van gratis of goedkope reparatie bij bijvoorbeeld het United Repair Centre kan een sterkere band tussen consument en merk creëren. Zeker als het lukt om repareren *the new cool* te maken, zoals Schweichler wil. 'Vroeger was het normaal dat je moeder tien keer je broek repareerde. Met de opkomst van fast fashion was het ineens normaal om steeds een nieuwe broek te kopen. Ik merk dat we nu weer naar een maatschappij gaan waarin dat niet oké is.'

Hip of niet, modemerken zullen wel moeten werken aan minder textielafval. Volgend jaar gaat de Uitgebreide Producentenverantwoordelijkheid (UPV) in, een beleidsregel van de overheid die



bepaalt dat merken zelf verantwoordelijk worden voor inzameling, recycling, hergebruik en eventuele vernietiging van hun producten. De merken moeten daar ook zelf voor gaan betalen. Dat betekent dat het aantrekkelijker wordt om een reparatieservice voor kleding aan te bieden, zodat klanten langer met hun items doen.

En waarom zou je zo'n reparatieservice niet combineren met sociale impact? De kleermakers in het United Repair Centre zijn statushouders en Nederlanders met een afstand tot de arbeidsmarkt. Schweichler: 'Samen iets maken creëert vertrouwen. Dat is het startpunt voor een inclusieve maatschappij.'

2. Upcycling

Een oud jasje kun je laten opknappen, maar er zijn meer mogelijkheden dan repareren alleen. Met een blazer waarop je bent uitgekeken is ook iets heel nieuws te maken. Dat heet upcycling, niet te verwarren met recycling. Bij upcycling behoudt een kledingstuk zijn waarde, of voeg je zelfs waarde toe. In de praktijk betekent dat het transformeren van tweedehandskleding en overgebleven materialen uit bijvoorbeeld warenhuizen en ateliers tot nieuwe – vaak *one of a kind* – kledingstukken. Met een naai-

machine en een gezonde dosis creativiteit kan uit die oude blazer zomaar een minirok ontstaan.

Omdat er weinig of geen nieuwe materialen gebruikt hoeven te worden om op deze wijze iets te creëren, wordt upcycling beschouwd als een duurzame manier van productie. Het is de laatste jaren dan ook een geliefde manier van werken geworden onder ontwerpers, zoals te zien is bij Nederlandse pioniers Duran Lantink en Ronald van der Kemp. Het hoofdstedelijke label Martan presenteerde tijdens Amsterdam Fashion Week een indrukwekkende collectie jurken, blouses en broeken van geüpicycled hotellinnen uit Grand Hotel Amrâth Amsterdam. De ontwerpen zijn zo speels en kleurrijk dat het haast onvoorstelbaar is dat ze niet lang geleden een damasten tafelkleed waren. Ook grote modemerken doen mee aan de upcyclingtrend. Miu Miu kwam onlangs met een collectie vintage jurkjes uit de jaren dertig tot tachtig van de vorige eeuw, door hun eigen designteam opgeleukt met borduursels, versieringen en ietwat rebelse details, die zo typisch zijn voor het Italiaanse merk.

Een nadeel van upcycling is dat het transformeren van oude

'COLLECTIES MAKEN MET KLEDING DIE ALS AFVAL WERD BESCHOUWD, IS MIJN DROOM'

items en stoffen tot nieuwe creaties een arbeidsintensieve klus is. Daarom wordt upcycling nog niet op grote schaal toegepast. Ondernemer en ontwerper Renée van Wijngaarden probeert dat te veranderen. Haar in 2019 opgerichte label 1/OFF Paris heeft een dusdanig efficiënt bedrijfsmodel dat ze geüpicyclede vintagestukken naar het grote publiek kan brengen. Het zijn high-endcreaties met een moderne look: Levi's en Chanel worden moeiteloos gecombineerd in een denimjasje met tweed. De unieke items gaan als warme broodjes. Het Amerikaanse zakenblad *Forbes* beschreef hoe 1/OFF Paris in 2021 de omzet met vierhonderd procent zag groeien. Het merk wordt inmiddels verkocht in vijftientig landen, bij luxe retailers als Selfridges in Londen en La Samaritaine in Parijs. 'Ik combineer duurzaamheid met creativiteit: het moet wel fashion blijven. Daarom is het merk voor dat soort luxe winkels erg aantrekkelijk,' zegt Van Wijngaarden. 'Ik merk dat ik verkoop aan mensen die nooit eerder vintage kochten. En dat is een grote doelgroep.'

Daarmee heeft Van Wijngaarden, die opgroeide in een modefamilie (haar vader richtte modemerken Just B op en haar moeder ontwierp voor Esprit) en voor tweedehandsplatform Vestiaire Collective werkte, nu haar eigen succes. Onlangs showde ze op Amsterdam Fashion Week. 'High-endcollecties maken met kleding die als afval werd beschouwd, dat is de droom.'

3. Duurzame materialen

De tijd dat alleen traditionele natuurlijke materialen als wol en linnen het stempel 'duurzaam' konden krijgen is voorbij. Zowel bij nichemerken als bij grote ketens heb je de laatste jaren allerlei duurzame materialen om uit te kiezen. Denk aan duurzame soorten viscose als ecovero en lyocell, maar ook econyl (gerecycled nylon) voor badpakken en bikini's. Ook traditioneel katoen wordt steeds vaker vervangen door een biologische variant.

En er is nog veel meer mogelijk. Naast grote textielproducenten staan innovatieve bedrijven op die compleet nieuwe biomaterialen ontwikkelen. Zo zijn er start-ups die plantaardig 'leer' maken van kurk en kokosnoot of op basis van ananasbladeren.

Dat plantaardige leer en andere soorten textiel kunnen ook gemaakt worden met mycelium: schimmeldraden van een paddenstoel. Dat is precies wat Aniela Hoitink van NEFFA (New Fashion Factory) doet met het door haar ontwikkelde materiaal MycoTEX. Het groeit vijf tot zeven dagen in een bioreactor, en als de biomassa er vervolgens uitgefilterd wordt blijft een 'slurry' (een mengsel van vaste stoffen en vloeistof) over die kan worden aangebracht op een mal voor een kledingstuk. Het stelt ontwerpers in staat om in 3D te ontwerpen, in plaats van op een plat oppervlak. 'Ze zijn niet meer gebonden aan patronen, aan zij- of schouderaden. Er is ook geen snij-afval meer. Een heel andere manier van ontwerpen dus,' zegt Hoitink, die voorheen designer was bij Tommy Hilfiger.

Ze wil met haar methode hét alternatief worden voor het traditionele knippen en naaien. En ze werkt aan meer biomaterialen waarmee dat kan. Geen makkelijke opgave. 'Maar als het makkelijk zou zijn, zie ik daar geen uitdaging in. Op de modeacademie zocht ik al liever materialen in de bouwmarkt dan in stoffenwinkels. Ontwerpers noemen mij vaak een kunstenaar, kunstenaars noemen mij een ontwerper. Ik ben het allebei niet helemaal.'

4. Circulair design

Xander Slager is geen vreemde in de mode-industrie. Hij had achttien jaar lang eigen modemerken in China, maar keerde bijna vijf jaar geleden uitgeblust terug naar Nederland. 'Het modesysteem is verrot. Hoge aantallen kledingstukken goedkoop laten produceren, daar gaat het om. Ik kreeg dat in mijn bedrijf niet veranderd.' En dus begint hij in zijn vaderland opnieuw. Samen met compagnon Nelleke Wegdam richt hij duurzaam modemerken New Optimist op. Het merk maakt kleurrijke >

streetwear en doet dat lokaal, sociaal en circulair, in hartje Amsterdam.

Maar circulair design, wat is dat eigenlijk? De term wordt nogal wat rondgestrooid, maar circulair is een product of kledingstuk alleen als het gemaakt is om zo lang mogelijk mee te gaan en uiteindelijk volledig gerecycled kan worden. En dat recyclen is ingewikkeld. Veel kledingstukken bestaan tegenwoordig uit meerdere materialen. Maar de recycletechniek is alleen geschikt voor items die uit één materiaal bestaan. Zo komt het dat in de Europese Unie momenteel slechts vijftien procent van al het ingezamelde textiel wordt gerecycled. Voor Slager bestaat circulariteit uit drie onderdelen: zo min mogelijk vervuiling en verspilling, zorgen dat een kledingstuk zo lang mogelijk gedragen kan worden en faciliteren dat een item helemaal gerecycled kan worden als de eigenaar er klaar mee is. 'Dat houdt in dat we niet alleen kritisch moeten kijken naar het basismateriaal, maar ook naar garens, knopen en elastiek. Wij gaan geen polyester garen gebruiken in een hoody van biologische katoen.'

Volgens de mode-ondernemer gaat circulair produceren heel goed samen met lokaal produceren. Zo zitten klanten dichtbij en kunnen ze hun kleren op den duur weer makkelijk inleveren bij New Optimist, dat alles zal hergebruiken. Die lokale productie wordt binnenkort opgeschaald: na een succesvolle crowdfunding heeft het bedrijf genoeg kapitaal om dit najaar een veel groter atelier in Amsterdam te openen. In dat atelier komen ook sociale arbeidsplaatsen. 'We willen niet groot worden om het groot worden,' stelt Slager. 'We willen weten: wat is de juiste schaal om een verantwoord modemerkt te runnen?'

5. Huren

Een smoking voor een gala of een middeleeuws kostuum voor een themafeest – zoiets zijn we wel gewend om te huren. Maar de verhuurmarkt voor kleding ging nooit veel verder dan dat. De laatste paar jaar wordt hier door enkele start-ups echter een enorme inhaalslag gemaakt, naar Amerikaans voorbeeld. Daar ging vorig jaar het in New York ontstane verhuurplatform Rent the Runway naar de beurs. De pionier maakte het huren van designeritems voor feestjes of vakanties populair onder met name Amerikaanse millennials (al maakt het bedrijf nog altijd verlies). De eerste verhuurbedrijven in ons land waren net zo'n beetje opgestart toen de pandemie begon. Het ontluikende succes van bijvoorbeeld Spinning Closet, dat zelfs al investeerders had aangetrokken, werd door de lockdowns weggevaagd. De oprichters gooiden vorig jaar de handdoek in de ring. Andere verhuurbedrijven begonnen net iets later en wisten de coronatijd grotendeels te omzeilen.

Een van die platforms voor het huren van designerkleding is Circle Closet van Florentine Gillis, die eerder marketing- en strategierollen had bij RTL en autoleenplatform SnappCar. 'Ik was in 2015 zelf al begonnen met het verduurzamen van mijn kledingkast, maar merkte dat ik voor elke bruiloft en presentatie toch iets nieuws aan wilde. Daar zit voor veel mensen het pijnpunt,' vertelt ze. Klanten die een Hervé Légér-jurk of een boucléjasje van Sandro bij haar huren zijn volgens Gillis niet al jaren bezig met duurzaamheid, 'maar voelen wel dat ze beter moeten omgaan met de aarde. Tegelijk willen ze er goed uitzien.' Of het verhuren van kleding – met al dat verzenden van pakketjes en tripjes naar de stomerij – wel zo duurzaam is, daar is discussie over. Bovendien willen huurders steeds verrast worden met hypermodieus assortiment. Ook Gillis stelt dat het verhuren van weinig gedragen stukken uit kasten van klanten duurzamer zou zijn dan het inkopen van een als maar grotere verhuurcollectie. Daarom wil ze dat iedereen straks ook eigen kleding kan verhuren op Circle Closet. Tot die tijd wil ze harten veroveren met het aanbieden van partywaardige outfits. ■

**'VOOR ELKE GELEGENHEID
IETS NIEUWS WILLEN, DAAR ZIT
HET PIJNPUNT'**



MIU MIU: MODEL ESTHER ROSE MCGREGOR, ARTDIRECTIE LINA KUTSOVSKAYA / BE GOOD STUDIOS; FOTOGRAFIE KITA JIMA KEIZO, STYLING LOTTI VOLKOVA, RONALD VAN DER KEMP; ISIDORE MONTAG / GORUNWAY.COM, 1/OFF PARIS (RE)MADE; PETER STIGTER, ALEX TRÉS COOL DOBÉ, MARTAN NADINE LEE, ULIA BATTUK