

# Fashionbranche onderweg naar circulaire economie

14-11-2014 10:00

Fashionspelers als Mud Jeans en Wehkamp zetten met behulp van circulaire processen langzaam maar zeker stappen richting meer duurzaamheid. Mud Jeans leaset bijvoorbeeld zijn jeans aan klanten. Na een jaar kunnen shoppers hun jeans desgewenst terugsturen, waarna er een nieuw product van wordt gemaakt. "Wereldwijd zorgt verbranding van kleding voor tien procent van de CO2-productie", legt eigenaar Bert van Son van Mud Jeans International BV uit in het novembernummer van RetailTrends.

Bij een circulaire economie worden producten zoveel mogelijk hergebruikt en wordt de waarde van die producten zo min mogelijk aangetast. Beeldvorming is een belangrijk punt om consumenten te interesseren voor het concept, merkt Van Song. "In de fashion-wereld is leasen niet echt 'cool'. We moeten ons verhaal goed vertellen."

Het label onderhoudt vooral via social media contact met zijn community. De community die in een lease-opzet ontstaat, biedt retailers een groot voordeel, zegt senior programmamanager planet Michel Schuurman bij MVO Nederland. Er zijn meer immers klantcontactmomenten dan bij verkoop, waardoor er cross-selling mogelijk is. Een retailer die bijvoorbeeld een kinderwagen aanbiedt, kan de klant volgen en inspelen op zijn behoeften. "Door hem een maand of vijf na de geboorte van zijn kind een aantrekkelijk aanbod te doen voor babykleding bijvoorbeeld."

In het novembernummer van RetailTrends wordt dieper ingegaan op de circulaire economie en de initiatieven die rond deze ontwikkeling ontstaan. Zo werkt Wehkamp sinds kort samen met het atelier i-did, waar mensen met afstand tot de arbeidsmarkt overschotten verwerken tot nieuwe producten. Ook schetst Bert van Son het belang van een succesvol businessmodel. Het label is per broek circa dertig euro kwijt. "Een ander merk zit rond de acht euro voor een broek uit Bangladesh."

Het novembernummer van RetailTrends verschijnt deze week met EtailTrends 6. Klik [hier](#) voor meer informatie over een abonnement op jaarlijks elf keer RetailTrends en zes keer EtailTrends.