

Hoe House of Denim de jeansbranche opschoont

03-05-2017 10:03



House of Denim probeert met vakmanschap en innovatie de donkere kant van denim te verlichten. Oprichter James Veenhoff vertelde eerder dit jaar in RetailTrends dat de jeansbranche heel vervuilend is. “Er wordt veel water verbruikt, mensen worden uitgebuit, er komt gif in de natuur en bepaalde lageloonlanden kampen met uitdroging. Er is totaal geen samenwerking in de verschillende schakels in de keten.”

Veenhoff vindt het onder meer de verantwoordelijkheid van de ondernemer om te weten wat er in zijn winkel hangt. Retailers moeten merken vragen naar hun organische, gerecyclede of anderszins duurzame aanbod. “Nu beginnen ze daar vaak niet over, omdat die lijn vaak net wat duurder en minder mooi is. Als de consument geen vrije uitloopkip hoeft, dan komt ‘ie niet in de winkel. Als branche moet je één-, twee- en driesterrenkip bedenken om consumenten in verschillende prijspunten handelingsperspectief te bieden. Nu zit er soms geen verschil tussen broek van veertig en 140 euro, op het merk na. We zitten nu nog in een belevingseconomie waar dat kan, maar de purpose economy komt eraan.”

Retailers kunnen wat hem betreft een voorbeeld nemen aan Patagonia, het duurzame outdoorlabel dat één procent van de omzet of tien procent van de winst aan milieuorganisaties schenkt. “Als er eenmaal aandacht voor duurzaamheid is, kun je erover in gesprek gaan. Dan kun je de klant wijzen op een broek die weliswaar een tientje duurder is, maar waar minder water voor is verbruikt of waarbij Ocean Cleanup betrokken is. Of dj whatever, die ook met duurzaamheid bezig is.”

Veenhoff ziet de groep consumenten die meer wil betalen, groeien. "Nu al gaan minder mensen naar McDonald's, omdat ze niet zeker weten dat die hamburgers oké zijn. Vroeg of laat schaadt het je business als je niet al hebt geïnvesteerd in duurzaamheid of je purpose. Het is een transitie. Het piept en het kraakt, maar we móeten om. Kun je gerecycled katoen gebruiken in plaats van synthetische vezels die schadelijk zijn voor het milieu? Dan moet je het doen."

De focus van de Amsterdam Denim Days lag vorige week op duurzaamheid. NOS op 3 was op de jeansbeurs en laat Veenhoof onder meer vertellen hoe een spijkerbroek duurzamer gemaakt wordt.

Changemakers in Retail op 9 mei in Utrecht

Kings of Indigo wil het beste duurzame denimlabel zijn. Op het event Changemakers in Retail vertelt oprichter Tony Tonnaer hoe ieder kledingbedrijf het eigenlijk zou moeten doen en laat Van Hulley de kansen van recycling zien. Changemakers in Retail, dat op 9 mei in Utrecht wordt gehouden, is een event van RetailTrends Media over verandering en kansen. Staan voor product, merk, consument, werknemers en de wereld biedt kansen voor groei en onderscheidend vermogen. Waar kan uw bedrijf het verschil maken?

www.changemakersinretail.nl.