

Hoe Knit-O-Mat de supplychain zo kort mogelijk maakt

28-08-2017 10:00



Donderdag 7 september is het zover: dan vindt het tweede [Retail & Brands Festival](#) plaats. Luister naar inspirerende talks, doe mee met hands-on workshops of ga lekker relaxen op de dagcamping. Wij garanderen een fantastische line-up van denkers, doeners, visionairs, strategen, creatieven en innovators. In aanloop naar het festival lichten we een aantal sprekers uit. Vandaag: medeoprichter Tirza Brems van Knit-O-Mat.

Knit-O-Mat bouwt de textielfabriek van de toekomst. Daarin is nauwelijks plek voor mensenhanden, maar des te meer voor nieuwe productietechnieken zoals 3D-breien. Geavanceerde machines, aangestuurd door data, zijn in staat complete kledingstukken, accessoires of woontextiel te breien, zonder dat er handwerk aan te pas komt. Heel nieuw is de technologie niet, vertelt medeoprichter Tirza Brems. In haar twintig jaar op de inkoop- en innovatieafdelingen van HEMA heeft ze de nodige innovatieve technieken de revue zien passeren. “Maar die ontwikkelden zich niet verder. Het is veel goedkoper om werk handmatig te laten verrichten in het Verre Oosten.”

De roep om duurzaamheid en sociale verbeteringen maakt verdere ontwikkeling noodzakelijk, stelt Brems. “Het verder automatiseren van de productie is een verantwoord antwoord.” Brems richtte een aantal jaar terug de Breihub op en kwam na het schrijven van businessmodellen in contact met knitwearontwerper Rosanne van der Meer, oprichter van The Girl and The Machine. Sindsdien werken ze samen aan de textielfabriek van de toekomst. “We willen de supplychain zo kort mogelijk maken.” Om daad bij woord te voegen, werkt Knit-O-Mat aan het UPPS (Ultra Personalized Product and Services) Fieldlab. In dit lab moeten de maakindustrie, onderwijs en textielbranche samenwerken aan de toekomst van een lokale textielproductie. De Hogeschool van Amsterdam is daarbij een logische partner, zegt Brems, die tevens met andere hogescholen en TU's in gesprek is. Daarnaast zoekt ze naar merken, retailers of logistieke partijen die mee willen denken, dan wel

investeren.

Brems ziet het voor zich dat de designs van een Hugo Boss of andere high-end merken in het lab worden gerealiseerd. Op die manier wordt een deel van de textielindustrie terug naar Nederland gebracht. In landen als Groot-Brittannië, Duitsland, Frankrijk en Italië gebeurt dat volgens haar al. Het is echter een utopie dat al het textiel op termijn in eigen land wordt geproduceerd, stelt zij. "Het zal nog een hele tijd commerciëler blijven om commodity's, je basics, en masse te laten maken in Cambodja, Bangladesh of misschien Afrika. We mikken vooral op producten van hoogwaardige kwaliteit. Consumenten zijn bereid meer te betalen als ze zelf invloed kunnen uitoefenen op de kleding. Bovendien zijn onze producten voor de klant persoonlijk geproduceerd, waardoor ze minder snel op de vuilnisbelt belanden."

Retail & Brands Festival op 7 september in Utrecht

Donderdag 7 september staat in het teken van verwonderen, inspiratie, pionieren en best practices uit binnen- en buitenland. Onder het genot van muziek, lekker eten en drinken is er volop ruimte om professionals uit de retail & merkenwereld te ontmoeten in De Fabrique in Utrecht. [Klik hier voor meer informatie en aanmelden.](#)

Nick Möller