

'Mijn manier'



Hasmik Matevosyan, mode-onderzoekster

Mode-industrie zonder verspilling

Hasmik Matevosyan (1987) studeerde aan de Hogeschool voor de Kunsten in Utrecht. Ze schreef in 2014 het boek *'Paradigm shift in fashion'*, waarin ze een nieuw verdienmodel voor de mode-industrie beschrijft. In datzelfde jaar werd ze door *Vrij Nederland*, stichting Kennisland en stichting DOEN uitgeroepen tot Radicale Vernieuwer van de Toekomst. Daarnaast heeft ze de *Good Fashion Mastery* ontwikkeld, een online videocursus. Ze woont en werkt in Alkmaar, Haarlem, Amsterdam, Utrecht en op Cyprus.

49

Hasmik Matevosyan (28) heeft een missie: zij wil de mode-industrie wereldwijd veranderen. En ze is al flink op weg om dat te bereiken. Ze heeft een nieuw ontwerp- en businessmodel ontwikkeld, waardoor de mode-industrie wereldwijd veel minder grondstoffen verspilt.

Als klein meisje zag ze haar moeder met een breimachine kleding breien. Ze zag ook hoe klanten gingen stralen als ze zo'n nieuw vest aan deden. Dat werd haar droom: kleding ontwerpen en maken.

Hasmik Matevosyan is geboren in Armenië, sinds haar 14^e woont ze in Nederland. Ze behaalde haar vwo-diploma, maar mocht pas verder studeren toen ze in 2007 bij het generaal pardon haar definitieve verblijfsvergunning kreeg. Ze koos de Hogeschool voor de Kunsten Utrecht. Ze wilde nog steeds modeontwerper worden, maar vooral: iets goeds bijdragen aan de wereld.

En leerde de opleiding jou wat je wilde?

‘In de opleiding ging het vooral over creativiteit: ontwerp wat jij wilt, leef je uit! Maar ik vroeg me altijd af: wie gaat het maken, wie gaat het dragen? Het is mooi om je creativiteit uit te leven, maar ik vind het nog belangrijker om waarde toe te voegen, iets goeds te betekenen voor mensen. Daar ging de opleiding niet over. Niet over de enorme verspilling van grondstoffen in de mode-industrie, niet over de slechte arbeidsvoorwaarden van miljoenen werknemers in de fabrieken en niet over de consument die onzeker wordt omdat kleding zo vaak niet past, ook al is het je eigen maat.

Dat zijn precies de dingen die moeten veranderen. In mijn studie ben ik de hele productieketen gaan onderzoeken: gebruik van grondstoffen, productie, transport, verkoop en hergebruik/ recycling. Ik ontdekte hoe milieuvervuilend en mensonterend de sector eigenlijk in elkaar zit. Toen was de magie van de mode er voor mij wel af. Maar ik was er des te meer van overtuigd dat mode duurzaam moet worden.

Op de hogeschool vonden de meeste docenten dat maar niks. ‘Je haalt de pret eruit’, zeiden ze. Als ik wilde onderzoeken, moest ik naar de universiteit gaan. Terwijl ik creativiteit wilde combineren met intelligentie.’

Wat heb je in je onderzoek ontdekt?

'Als je de mode-industrie duurzaam wilt maken, moet je beginnen bij het ontwerp. Weet je hoeveel kleding wordt weggegooid in plaats van verkocht? 30 procent. Daarnaast gaat 30 procent van de kleding in de uitverkoop. Slechts voor 40 procent van de kleding wordt de volle prijs betaald. Daar zit een enorme verspilling in.

Het probleem is: confectiematen zijn veel te algemeen. Jonge vrouwen hebben andere lichaamsvormen dan oudere vrouwen. Indische vrouwen hebben andere lichaamsvormen dan Westerse vrouwen. Daar moet je in de pasvorm rekening mee houden. Daar kun je tegenwoordig prachtige 3D-technologie voor inzetten. Het tegengaan van verspilling begint bij de juiste designbeslissingen.

De eerste vraag die ik in gesprekken met modemerken stel is: wie is jullie doelgroep? Dat kunnen niet alle mensen tussen de 17 en 70 jaar zijn. Je zult die doelgroep specifiekere moeten bepalen, anders weet je zeker dat veel kleding heel veel mensen niet past.

Bij duurzame kleding moet het materiaal goed zijn, maar het ontwerp ook. Het ontwerp is de basis. Je koopt een jurk van 150 euro niet omdat-ie van bio-katoen is, maar omdat die jurk perfect voldoet aan je behoeften en wensen. Daar heb ik dus een duurzaam designsysteem voor ontwikkeld.

Het designsysteem zorgt ervoor dat modemerken hun doelgroep via een dialoog leren kennen en hun fysieke, psychologische en financiële behoeften begrijpen. Dankzij de dialoog bouwen ze een relatie op met hun toekomstige klanten en testen ze de ontwerpen voordat ze overgaan tot productie. Zo worden alleen de succesvolle ontwerpen in de juiste maatvoering in de juiste aantallen geproduceerd en wordt overproductie voorkomen.'

Maar met een goed ontwerp alleen ben je er ook nog niet.

'Ik realiseerde me dat een goed designsysteem alleen kans van slagen heeft als er een goed business model achter zit. Daarom heb ik na mijn masteropleiding een duurzaam business model voor modemerken ontwikkeld, voor de mensen die over de inkoop gaan. Het model bestaat uit drie onderdelen. Nieuwe kleding verkoop je voor de volle prijs, daarnaast geef je mensen de mogelijkheid om kleding te lenen of om kleding tweedehands te kopen. En dat allemaal binnen je eigen winkelformule.

Overproductie voorkomen helpt om tot wel 10 procent meer winst te maken. Door ook kleding uit te lenen en tweedehands te verkopen, kan een merk tot wel 70 procent meer winst maken. Die winst kun je investeren in betere kwaliteit, betere lonen voor de werknemers in de sector en betere service voor de consument. En daarmee voeg je dus echt waarde toe aan de productieketen.'

Heb je die ideeën ook kunnen verspreiden?

'Ik heb mijn ideeën opgeschreven in een boek: *Paradigm Shift in Fashion*. Eigenlijk was ik er heel onzeker over. Ik kom net kijken in het vak. Wat weet ik van de mode-industrie? Maar een vriendin zei: 'Jouw ideeën zijn groter dan jezelf. Schrijf dat boek nou maar en stuur het de wereld in. Wat er verder mee gebeurt, is niet aan jou.'

En zo is het gegaan. Ik heb het boek uitgebracht en kreeg de prijs voor Radicale Vernieuwer. Daarnaast kreeg ik ook een uitnodiging voor een presentatie bij TEDX Maastricht. Je mag in 12 minuten je verhaal doen voor een zaal vol creatieve, nieuwsgierige mensen. Het filmpje van die toespraak gaat via YouTube en het TED-netwerk de hele wereld over. Daardoor heb ik heel veel aandacht voor mijn idee gekregen en ben ik over de hele wereld in contact gekomen met mensen die hetzelfde willen als ik.

Ik verspreid mijn ideeën ook via een online videocursus. Modemerken mogen die cursus gratis volgen als ze mij helpen met mijn verdere onderzoek, anders moeten ze ervoor betalen. Er doen al deelnemers uit zeventien landen mee. Elk kwartaal vullen ze een vragenlijst in en geven ze verbeterpunten door. Met die gegevens kan ik mijn design systeem en business model verder verbeteren en personaliseren voor kleine, middelgrote en grote merken.

Onlangs ben ik door een groot Italiaans merk uitgenodigd om met hen samen te werken aan de herfst-/wintercollectie van 2017 en mijn ideeën in praktijk te brengen. Ik ben ontzettend benieuwd welke uitdagingen we allemaal tegenkomen.'

Gaat je droom uitkomen?

‘Mijn droom is dat de hele mode-industrie fundamenteel verandert en dat we een eind maken aan de moderne slavernij in deze sector. Mijn droom is ook om in de komende vijf jaar een eigen retailgebouw te beginnen met allerlei kledingmerken die op basis van mijn design systeem en business model werken. Een gebouw met kledingwinkels, een kledingbibliotheek waar klanten kleding kunnen lenen en een wasserette. Waarschijnlijk zal dat gebouw in Amsterdam komen, maar daarna wil ik graag de wijde wereld in.’

Wat komt er van jouw eigen ontwerpcarrière terecht?

‘Ik heb een andere keuze gemaakt. Ik heb een design systeem en business model ontworpen waar alle merken mee kunnen werken, in plaats van een eigen merk te beginnen. Op een dag bedacht ik dat als ik er niet meer ben, ik herinnerd wil worden als iemand die een significante bijdrage heeft geleverd aan de verbetering van de wereld. Als ik een eigen modemerken begin, word ik misschien wel succesvol, maar zal ik weinig impact hebben op de wereld. Daarom doe ik liever iets dat voor de hele mode-industrie van belang is. Mijn doel is de wereld beter en eerlijker maken.’