

Podcast Circulaire Economie: Living Lab REuse in Style

Inleiding: Boeiende gesprekken over actuele thema's, relevante topics en te volgen trends. Welkom op de VLAIO-podcast waar ondernemers en hun netwerk een stem krijgen, hun plannen vorm en hun ambities een klankbord. To the point waar het kan, dieper gravend waar het moet. Inspirerend, informerend, ondersteunend. Van artificial intelligence, blockchain en circulaire economie tot digitale zorg. Wij knopen het in jouw oren. Welkom vanuit onze gezellige studio in Leuven.

LORE VEELAERT: Ik ben Lore Veelaert, bedrijfsadviseur bij Team Bedrijfstrajecten, gespecialiseerd in de circulaire economie en vandaag hier aan tafel heb ik Els Du Bois en Marie Das. Goedemiddag.

ELS DU BOIS: Goedemiddag.

MARIE DAS: Goedemiddag.

LORE VEELAERT:: Els, wie ben jij?

ELS DU BOIS: Ik ben Els Du Bois, ik ben onderzoeksprofessor aan de Universiteit van Antwerpen. Dat is departement Productontwikkeling en binnen het departement Productontwikkeling ben ik verantwoordelijk voor het onderzoek rond circulair ontwerpen en vooral eigenlijk waarbij we de focus leggen op het hoogst mogelijk waardenbehoud binnen die circulaire economie, dus het hergebruik.

LORE VEELAERT: En Marie, wie ben jij?

MARIE DAS: Ik ben Marie, ik ben onderzoeker aan UAntwerpen in het team van Els en daar werk ik op een doctoraat dat gaat rond levensduurverlening in het project REuse in Style, waarvoor we ook hier zijn om het een beetje voor te stellen en toe te lichten.

LORE VEELAERT: Misschien nog even voor we er gaan invliegen, de definitie van een Living Lab erbij halen voor de luisteraars. Dus de Living Lab-projecten worden uitgevoerd volgens de methodiek van Living Labs voor systeeminnovatie en dat wil zeggen tijdelijke, brede netwerken gaan opzetten en projecten die actief naar een oplossing zoeken en gaan uitproberen voor één of meerdere systemische uitdagingen op niveau van een specifieke waardeketen of een ecosysteem. In het afgelopen jaar was dat binnen de domeinen van circulair bouwen en de maakindustrie. Hierbij ligt de focus dan telkens op verbinden, verdiepen, verbreden en versnellen en de opschaling van die circulaire oplossingen om zo de circulaire transitie in die sectoren mogelijk te maken.

ELS DU BOIS: Kortweg hebben wij dat misschien geïnterpreteerd als een plek creëren waar dat we kunnen en moeten experimenteren en kunnen en moeten falen rond nieuwe circulaire opportuniteiten en transitieaspecten.

MARIE DAS: Ja en samen co-creëren en nadenken en onderzoek doen over hoe kunnen we, in ons geval, die mode-industrie industrie circulair maken.

LORE VEELAERT: We spraken over samenwerkingen binnen een bepaalde waardeketen of in jullie geval de mode-industrie. Zijn al bepaalde bedrijven die jullie mee aan boord hebben gekregen?

MARIE DAS: Ja, we hebben een heel leuk, uitgebreid consortium aan partners die allemaal meedoen. Zo hebben we verschillende modebedrijven zoals Decathlon, CKS, JBC, Mayerline, maar ook kleinere

bedrijven, zoals Studio AMA, dan hebben we ook HOIHOI, dat is een schoenmaker, Ecover doet mee, ontwerpbureau Meet, de Kringwinkel en dan CiLAB, zij doen reparatieservice. Dan zijn er ook nog een aantal overheidsinstellingen, zoals stad Antwerpen, provincie Antwerpen en Flanders DC.

LORE VEELAERT: Met het REuse Lab focussen jullie op verschillende sectoren. Van waar de keuze voor de modesector? Ligt misschien niet zo voor de hand voor jullie als productontwikkelaars?

MARIE DAS: Nee, klopt. De mode-industrie is een hele complexe industrie dat heel hard draait rond individualiteit en persoonlijkheid. Dat zie je in eerste geval al in dat kleding eigenlijk een medium is om uw persoonlijkheid uit te drukken en hoe dat je bent en om creatief te zijn en uniek te willen zijn. Maar anderzijds ook een industrie is die heel hard draait om trends en iedereen eigenlijk pusht in een richting, want als je niet binnen die trends valt, ben je out of fashion. Dus het is daar een beetje een tweestrijd dat daarin ligt en dat merken we op heel veel vlakken, zoals die kwaliteitsperceptie dat heel persoonlijk is. Iedereen vat kwaliteit op een andere manier op, maar ook duurzaamheid in die mode is een heel complex, want er zijn heel veel aspecten. Je hebt het ethische, je hebt het ecologische, maar ook transport, lokaal. Er zijn heel veel aspecten in en dat is ook iets heel persoonlijk, iedereen beleeft dat op een andere manier. Wasprocessen ook iets heel persoonlijk. Dus eigenlijk, heel die mode-industrie is heel individueel en is eigenlijk uniek aan die sector, wat dat je niet echt ziet in andere sectoren.

ELS DU BOIS: Ja, het is eigenlijk die complexiteit die ons eigenlijk wel aantrokken heeft om hier in het Living Lab expliciet te gaan experimenteren binnen die mode-industrie, omdat hergebruik niet zo eenvoudig is en heel veel persoonlijke aspecten, zoals Marie zei, naar boven komen, waar dat we allemaal rekening mee moeten houden. En dat net onderzoeken, dat doen wij graag vanuit de universiteit.

MARIE DAS: Dat is heel interessant, ik denk dat dat heel interessante inzichten gaan uitkomen.

LORE VEELAERT: Wat zijn zo de belangrijkste pijlers of de belangrijkste punten in de aanpak van jullie lab?

ELS DU BOIS: Het REuse Lab heeft als doel om eigenlijk de bedrijfswereld mee te ondersteunen in heel die transitie naar die circulaire economie, want we zien dat dat alles behalve evident is om die transitie te maken en we zien dat er eigenlijk heel veel kennis nog nodig is om die grote stappen te zetten die er moeten gezet worden. Vanuit het REuse Lab kijken we naar hoe kunnen we bedrijven de nodige kennis geven, cross-sectorieel om eigenlijk hun te helpen in die experimenten, in al die stappen die er moeten gezet worden. We doen dat met heel veel verschillende projecten, projecten in verschillende sectoren, net om die uitdaging van de ene sector te kunnen gaan overplaatsen naar andere sectoren. We zitten met projecten in de voedingssector, voedingsverpakking is heel veel single-use nog. Maar ook in de medische sector ontstaat er heel veel afval voor operaties, maar ook bij chemische labo's heel veel afval. We proberen vanuit al die verschillende perspectieven te gaan kijken. Hoe kunnen we die transitie inzetten en die wegwerpproducten gaan weg denken en weg designen en gaan vervangen door herbruikbare producten en hele systemen die daarvoor nodig zijn. En zo ook voor het Living Lab-project. Dat is ook één van de projecten van het REuse Lab, waarbij we onze focus leggen op de modesector.

MARIE DAS: Reuse in Style draait eigenlijk rond levensduurverlening van kleding en dat steunt eigenlijk op twee pijlers. Dus we hebben enerzijds het kwalitatief product, kijkt vanuit de aankoop, wat dan opgesplitst is in twee werkpakketten, wat draait rond kwaliteitsperceptie. Hoe percipiëren mensen kwaliteit, hoe herkennen ze kwaliteit en hoe kan een kwalitatief product voor die gebruiker aanzetten tot langer gebruik van een kleding? Dan hebben we anderzijds ook nog die perceptie van

oude en gedragen kledij en hoe kunnen we het aanzetten van bijvoorbeeld kopen van tweedehands verhogen door een emotionele band, door die emotionele waarde. Een voorbeeld bijvoorbeeld is als je een kledingstuk in de winkel zou zien hangen, waarbij staat van met deze bergschoenen heb ik de Mount Everest beklommen of zo, dat geeft meteen een heel ander beeld dan gewoon twee paar gedragen schoenen dat daar staat. Anderzijds gaan we kijken naar kwalitatief gebruik. Dus hoe gaan mensen hun kleding gebruiken en hoe kunnen we daar interventies vinden om levensduurverlening te creëren? Daar focussen we op enerzijds het onderhoud. Hoe dat mensen hun kleding wassen, gaan ecologisch maken, maar anderzijds ook reparaties, kunnen mensen hun kleding sneller gaan laten repareren of gaan ze het zelf doen, gaan ze het misschien door iemand laten doen?

LORE VEELAERT: Als ik het zo goed hoor, komt het woord gebruik of gebruiker echt wel heel vaak terug. Is dat volgens jullie een van de belangrijkste aspecten om op in te spelen in die circulaire economie of waarom is dat voor jullie zo belangrijk?

ELS DU BOIS: Ja, wij focussen ons vanuit het REuse Lab bewust op die gebruiker. Dat is eigenlijk een van de spelers in die hele circulaire keten die heel vaak vergeten wordt of niet naar gekeken wordt. En ja, we moeten eigenlijk, om die circulariteit te kunnen realiseren, echt een gedragsverandering creëren. En mensen hun gedrag veranderen, dat is echt een van de moeilijkste dingen om te realiseren. En dat is net hetgeen dat wij graag doen natuurlijk vanuit ons onderzoek, want daar zitten al heel veel uitdagingen in om te gaan realiseren. Dus ja, wij kijken bewust naar hoe gebruiken mensen hun kleding of andere textielattributen, mode-attributen. En hoe kunnen we gaan zorgen dat zij bewust die kleding ook langer willen gaan blijven gebruiken en daar, zoals Marie daarnet al zei, heel hard voor gaan zorgen en gaan zorgen dat die zo optimaal mogelijk in de beste kwaliteitscondities gaan blijven.

LORE VEELAERT: We spreken hier vandaag over een Living Lab en dat is een typische methodiek of soort project waar dat we echt naar oplossingen gaan zoeken en die gaan proberen uitproberen om die systemische uitdagingen in een bepaalde waardeketen te gaan aanpakken. Waar dat we gaan verbinden, verdiepen, verbreden en versneller voor die circulaire oplossingen te gaan opschalen. In jullie geval specifiek in de textiel- of fashionindustrie, zal ik zeggen. Het project is nu begin dit jaar opgestart, dus jullie zijn nu nog in volle opstartfase. Hebben jullie al concrete ideeën hoe dat jullie die gebruiker in een bepaalde experiment zou betrekken in zo een processen?

MARIE DAS: We zijn nu wel bezig met literatuuronderzoek en kijken waar zitten de gaps en welk onderzoek kunnen we doen. We hebben ook een heel uitgebreid consortium aan partners die meedoen. Een voorbeeldje bijvoorbeeld is om wat meer in te zoomen op die repair. Decathlon heeft nu al een reparatie service en hun focus is eigenlijk, zij willen sport aanbieden voor iedereen. Wat vaak samen ligt met goedkope kledingproducten of goedkope sportartikelen. Dan zien we ook dat goedkope dingen vaak niet gerepareerd worden, omdat het goedkoper is om het opnieuw te kopen dan het te laten maken. Dus dat is een interessante piste waarop we willen inzoomen, om te kijken hoe kunnen we net wel die consumenten aanzetten om ook die goedkope dingen te laten repareren. Dus dat is wel iets wat we willen doen. En dan ook met die gebruiker, van die drempels in kaart brengen, van waarom willen ze dat niet laten repareren, waarom gaan ze toch net iets nieuw kopen?

ELS DU BOIS: Een ander leuk voorbeeldje is misschien ook het project dat we willen doen rond onderhoud. Eigenlijk wassen wij onze kleding veel te vaak. Dat moet helemaal niet, maar we zijn dat zo gewoon en we zijn daar zo mee opgevoed eigenlijk, dat we onze kleding heel vaak moeten wassen. En het is eigenlijk heel leuk dat we in dat project ook Ecover betrokken hebben, dus eigenlijk een bedrijf dat toch wel wat wasproducten produceert, dus op zich zou je kunnen zeggen van dat Living Lab en dat project en experiment dat we doen, is eigenlijk tegen hun winkel, maar zij willen eigenlijk net heel radicaal gaan kijken hoe kunnen we nu hun klanten beter gaan voorzien en beter

gaan bedienen. Ze hebben echt interesse om hun gebruiker ook echt goed te leren kennen. Het idee daarbij is om te gaan onderzoeken van hoe kunnen we nu minder gaan wassen? Iedereen heeft wel in zijn slaapkamer een stoel staan of een ander object waar dat al die kleren op belanden die nog niet echt vuil genoeg zijn voor in de wasmand te gooien, maar ook niet proper genoeg om terug in uw kast te hangen. Die hangen daar dan een tijd op die stoel en soms worden die al eens terug aangedaan, maar soms belanden die uiteindelijk dan toch maar in de was, omdat je toch niet zo goed weet hoe dat je ermee moet omgaan, waar we die moeten leggen. En dat is zo een van de experimenten dat we heel graag willen meepakken, die stoel.

MARIE DAS: En je ziet ook wel dat er heel veel dingen die op de markt komen zoals een spray om je kleding te gaan verfrissen en zo, maar dat is toch nog zo niet echt ingeburgerd of zo en we willen wel echt graag in kaart brengen van hoe zijn nu die wasgewoontes, wat ook heel sterk verschilt per regio en per land. In bepaalde landen wassen ze op hogere temperaturen, omdat ze denken dat dan uw kleren echt proper zijn, terwijl ze eigenlijk in Europa of België vaker al kouder wassen. Wat eigenlijk ook ecologischer is, want daar heb je minder energie voor nodig.

LORE VEELAERT: Je sprak net dat Ecover misschien precies tegen zijn winkel in zou meewerken aan het project. Dus ik kan mij voorstellen dat er nog wel bedrijven zijn die meedoen, misschien wel overtuigd moesten worden om eigenlijk een nieuw businessmodel of een nieuwe aanpak te integreren. Hoe is dat wat verlopen om zo een bedrijf te gaan aanspreken of te overtuigen of een beetje out-of-the-box te laten denken?

ELS DU BOIS: Het is een heel boeiend proces. Ik kan niet rechtstreeks zeggen hoe dat dat ideaal moet verlopen, ik kan alleen zeggen wat onze ervaring daarin waren. Wij zijn eigenlijk zelf met ideeën naar bedrijven gestapt en heel hard proberen duidelijk te maken van kijk, maar het kan ook anders als je niet puur die lineaire keten volgt en als je daar ook andere modellen in gaat bekijken. Hoe overtuig je die? Dat is vooral door voorbeelden te geven. Wat we heel graag zouden willen doen bij JBC, is een experiment rond kinderkleding. Ik weet niet hoe dat dat bij andere mensen ook nog is, maar bijvoorbeeld mijn kinderen zitten heel vaak door hun broeken, door hun knieën aan hun broeken. En dat wil zeggen dat je ofwel de keuze hebt om daar je reparatie op te doen en die knieën te verstevigen en knielappen op te zetten, ofwel naar andere broeken moet gaan. Ik denk dat er toch wel een heel grote opportuniteit zit voor bijvoorbeeld een JBC, om toch ook in te spelen op die reparatie van die broeken, om toch de levensduur van die broeken te verlengen. Ik denk dat dat op enorm leuke manieren kan gebeuren, dat we zelf in store bepaalde handelingen of activiteiten gaan doen om die kinderen ook te betrekken en die bewustwording van die reparatie al heel vroeg in hun gedrag te steken en te zorgen dat ze dat ook fijn vinden om dat samen in de winkel te gaan doen.

MARIE DAS: Maar ik denk ook dat het wel leuk is om dan ook aan die bedrijven te tonen dat er ook andere verdienmodellen zijn die ook winstgevend kunnen zijn. Zoals Repair, als je een broek van JBC laat herstellen, wilt zeggen dat ze geen nieuwe broek gaan kopen. Maar ze kunnen wel verdienen aan met die broeken te laten repareren. Hetzelfde met huren van kleding, CKS heeft ook een project opgezet nu in Gent en Antwerpen, waar je kleding kunt gaan huren, nu zeker voor het communieseizoen, ja, die klanten gaan dat niet kopen, ze gaan dat huren voor een kleinere prijs, maar als dat meer uitgerold wordt, dat zijn ook verdienmodellen. En ik denk dat het ook wel leuk is en het nu ook een goede manier is om aan die bedrijven te laten zien van je hoeft niet alleen te verkopen, er zijn ook andere manieren om winst te maken.

LORE VEELAERT: Mooie boodschap. Jullie zijn nu enkele maanden bezig en zoals je zei, heb je de eerste fase opgestart met het literatuuronderzoek om de gaps te gaan zoeken. Zijn er bepaalde dingen boven water gekomen die heel interessant waren of die misschien verrast hebben?

MARIE DAS: Ja, zeker rond repair, omdat we daar nu wel al wat over bezig zijn. Er zijn eigenlijk verschillende kledingartikelen en welke zich aanleunen tot het herstellen en of je die dan gaat zichtbaar herstellen of onzichtbaar herstellen. En in onderzoek is uitgekomen dat eigenlijk het onzichtbaar herstellen het meest geprefereerde is door consumenten. Want ze willen eigenlijk allemaal hun kleren zo goed als nieuw houden. Maar dan hebben ze ook gezien als ze dan die mensen hun kleding gaan laten repareren, dat het vaak heel zichtbaar gerepareerd wordt, omdat de kennis om kleding onzichtbaar te repareren niet meer echt, dat is geen algemene kennis meer.

LORE VEELAERT: Wat ik zo opvang, is dat de kennis om te gaan repareren bijvoorbeeld, dat die een beetje aan het verdwijnen is, maar natuurlijk in heel de circulaire transitie, is dat wel een van de absolute must-haves dat we ook kunnen repareren, niet alleen willen repareren op termijn hopelijk, maar ook bij kunnen repareren. Zien jullie daar bepaalde mogelijkheden in of samenwerkingen die nodig zijn in heel die waardeketen om dat mogelijk te maken?

ELS DU BOIS: Ja, dat is een hele opvallende, dat klopt. Wat we vooral zien, is eigenlijk reparatie, dat dat uit twee delen bestaat. Dat is enerzijds fout detectie en herkenning, weten van wat is er nu eigenlijk mis? Is het mijn rits die helemaal kapot is in mijn jas of is het alleen het rits schuivertje dat kapot is en vervangen moet worden? Die detectie is eigenlijk al heel belangrijk en die heeft eigenlijk ook heel veel impact op heel de rest van het project. Want als ik een hele rits uit mijn jas moet halen en er helemaal opnieuw moet in steken, dat is best wel complex. Ik wil toch wel dat mijn jas niet scheef hangt als ik die erna terug aandoe. En dat is misschien iets dat ik eerder zou laten doen door een service, maar misschien als ik er meer ervaring in zou hebben, gewoon het rits slotje zelf vervangen, dat is iets dat mits enige instructie, dat mensen misschien sneller zelf zouden kunnen doen. Dus daar zit ook al heel veel verschil in naar welke diensten zijn er nodig. We moeten vooral ook mensen gaan overtuigen om die stap te nemen om die reparatie te gaan uitzoeken.

MARIE DAS: Ja en je ziet eigenlijk ook heel hard, zelfs als iets gerepareerd is, is de manier waarop het gedaan wordt ook heel belangrijk dat ze het daarna nog gaan gebruiken. Bijvoorbeeld van mezelf, ik heb een broek gekocht, een tweedehandsbroek, waar een scheur in zat en ik dacht ik ga die met een zichtbare stitching ga ik die borduren, dat ik die nog kan aandoen. Heb ik gedaan, veel tijd in gestoken, maar ik doe ze eigenlijk nooit aan omdat ik zo het toch niet mooi vind.

LORE VEELAERT: We hebben het nu al een aantal keren gehad over reparatie, dus als het fout gaat, hoe kunnen we het dan gaan oplossen, maar natuurlijk, jullie zijn ontwerpers van achtergrond. Als we nu een beetje teruggaan in de fase daarvoor, naar een hogere R- strategie, hoe kunnen we in het ontwerpproces daar misschien ook al mee aan de slag gaan in misschien het voorkomen?

MARIE DAS: Ja, klopt. We zien eigenlijk een systematische neergang van kwaliteit in kleding. Vroeger was de kleding veel kwalitatiever, ging die veel langer mee dan eigenlijk de kleding nu. En dat is ook waar die kwaliteitsperceptie zo hard meespeelt. Enerzijds wat is kwaliteit, hoe wordt kwaliteit objectief gezien, maar ook hoe percipiëren mensen kwaliteit? En dat is een heel belangrijke factor bij die aankoop. Vaak gaat het ook rond stoffen, materiaalsamenstellingen en hoe dat dat voelt. Ik heb dat gemerkt onlangs bij een collectievoorstelling van een merk waar ze ook hun duurzaamheidsstrategieën vertelden en de klanten konden achteraf vragen stellen en dat ging heel vaak over stoffen, materiaalsamenstellingen en hoe het voelt. En dat is eigenlijk iets waar merken geen rekening mee houden in hun kwaliteitscontroles. Daar gaat het om de sterkte van naden, daar gaat het over het opwollen van uw truien en zo. Maar hoe het voelt en hoe dat de mensen het percipiëren, wordt eigenlijk niet meegenomen.

LORE VEELAERT: Dus als ik het even vertaal, gewone marktonderzoek met een survey is niet voldoende als het over kleding gaat, de kwaliteitsperceptie, dat moet echt real life uitgetest worden en de gebruiker betrokken worden om zo een ding te gaan onderzoeken?

MARIE DAS: Ja. Wat ik wel een interessant of een leuk experiment vind, is om gewoon eens een keer twee kledingstukken aan iemand te geven of aan verschillende mensen te geven die er hetzelfde uitzien of zo, bijvoorbeeld twee witte T-shirts en welke van die twee worden nu als meer kwalitatief beschouwd? Waar kijken ze naar, de prijs, is het de naden, is het de materialen? Mensen van verschillende achtergronden, hoe kijken die daarnaar? Ik kan mij bijvoorbeeld inbeelden dat mijn oma gaat kijken naar de naden, naar de sterkte van de naden, terwijl misschien iemand anders die jonger is, meer gaat kijken naar hoe het voelt, hoe het eruitziet.

LORE VEELAERT: Als ik goed heb opgelet, is er nog een kwadrant dat we vandaag nog niet behandeld hebben.

ELS DU BOIS: Ja, dat klopt. We hadden inderdaad in ons Living Lab vier kwadranten geïdentificeerd. Hetgeen waar we nog niet dieper op zijn ingegaan, is alles wat te maken heeft met tweedehands. Als we kleding gaan aankopen tweedehands, dan zien we heel vaak dat er al gebruikssporen op zijn, wat onze perceptie van kwaliteit doet verlagen, maar dat hoeft niet per se zo te zijn. Het is niet omdat er een bepaalde verkleuring op een T-shirt of op een jas zit, dat die daarom kwalitatief minder is. Maar het is puur de perceptie die anders is. Dus we willen in het project gaan kijken hoe we de gebruikssporen die we zien op kleding net als een positief item kunnen naar boven brengen. Dus hoe kunnen we nu eigenlijk kleding gaan verkopen met een verhaal en niet louter het kledingstuk op zich gaan bekijken, maar eigenlijk de toekomstige gebruiker, het verhaal van heel het verleden van dat kledingstuk gaan meegeven. Misschien is dat kleedje wel op een heel leuk feestje geweest, waar de vorige gebruiker de liefde van haar of zijn leven is tegengekomen. Dat zou toch fantastisch zijn om dat mee te geven, om eigenlijk ook dat verhaal en dat gevoel mee te geven en eigenlijk kan je er buiten gaan met een kleedje dat misschien dan wel een heel gekke wijnvlek achterlaat nog ergens op het kleedje, maar waar dat je toch misschien ook het gevoel hebt van misschien kom ik door dit kleedje ook wel de liefde van mijn leven tegen. Dat zou wel fantastisch zijn. En we hopen dat natuurlijk op een wetenschappelijke manier te kunnen gaan onderzoeken. Daar zit ook nog eens de uitdaging.

MARIE DAS: Ik denk ook dat winkelervaring daar ook heel hard in meespeelt. Als ik ga winkelen met vriendinnen, we gaan naar tweedehandswinkel, zo de Think Twice, er zijn winkel waar alles volgepropt staat, je moet echt al beginnen zoeken. Wat ook een ding is bij tweedehands, is vaak het wordt zo gezien als een treasurehunt. Van kijk, ik heb dit gevonden in tweedehands. Anderzijds heb je ook bijvoorbeeld hier in Antwerpen echt zo winkels die specifiek, dat is tweedehands, maar het zijn meisjes of jongens die dat specifiek gaan uitkiezen, die hebben een mooie winkelrichting, het ruikt daar fris, daar worden outfitjes gemaakt, die kleding wordt vaak duurder verkocht, maar dat is wel al voor u uitgeselecteerd. Dus dat is ook een aspect welk heel veel meespeelt van die toegankelijkheid van die tweedehandskleding en hoe wordt het geëtaleerd en voorgesteld aan u.

LORE VEELAERT: Jullie hebben nu ondertussen vier werkpakketten of vier pijlers uitgelegd en hier en daar ook de link gelegd met verschillende bedrijven die daaraan meedoen. Zijn daar ook bepaalde experimenten of activiteiten voorzien waar bedrijven misschien gaan samenwerken, concurrenten, concullega's? Hoe zit dat in elkaar? Is er daar enthousiasme voor bij de bedrijven of is dat een moeilijke?

ELS DU BOIS: Die gesprekken zijn momenteel volop gaande en we hopen zoveel mogelijk matches te vinden. Nu, op onze kick-off bleek al wel dat daar heel veel enthousiasme en zo voor is, maar dat is allemaal nu momenteel nog aan het groeien om echt die experimenten verder te gaan detailleren.

MARIE DAS: Binnenkort hebben we onze eerste workshop en dan gaan we echt aan de slag en dan gaan we kijken wat gaan we doen, wie gaat samenwerken, welke thema's gaan we behandelen en dat gaat wel echt een hele leuke namiddag worden om zo die dingen te gaan ontdekken.

LORE VEELAERT: Jullie Living Lab, dat loopt over drie jaar, wat is zo wat jullie droom om te bereiken op het einde van dit project?

MARIE DAS: We hopen om kennis te ontwikkelen en interventies te gaan ontdekken die mensen eigenlijk gaat helpen om hun kleding langer te gaan gebruiken. En kennis en interventies willen gaan implementeren via onze partners, via modebedrijven, maar ook dat we die gaan kunnen inzetten in onderwijs, om toekomstige ontwerpers te gaan helpen en te begeleiden in hoe we producten moeten gaan ontwerpen voor een circulaire economie.

ELS DU BOIS: Ja en we kunnen dat eigenlijk ook breder trekken, want dat is voor het volledige REuse Lab dat dat ook telt. Ons doel is echt om een soort van kennisbank te creëren, een plek te maken waar dat iedereen die kennis zoekt over hoe dat ze nu die transitie naar circulariteit moeten gaan doen en welke valkuilen en welke opportuniteiten dat ze daarin kunnen vinden, dat ze al die kennis eigenlijk bij ons kunnen vinden en gaan toepassen op elk van de projecten.

LORE VEELAERT: Dat is alvast een heel enthousiast en inspirerend verhaal, maar wat als er nu luisteraars zijn die denken van wauw, tof initiatief, ik wil ook wel mee komen doen, mee komen luisteren of met jullie samenwerken, is dat nog mogelijk?

ELS DU BOIS: Ja, absoluut, zeker. We denken dat er nog heel veel te doen is in die circulaire economie. We willen absoluut met andere mensen die ook nog interesse of ideeën hebben of experimenten die ze misschien wel zouden willen overwegen, maar nog niet toe gekomen zijn, daar willen we altijd mee in gesprek gaan, dus die mogen zeker ons contacteren via het REuse Lab om te gaan kijken van wat we kunnen doen naar samenwerkingen of al eens vast een eerste gesprek.

LORE VEELAERT: Els en Marie, ik wil jullie graag bedanken om tot hier te komen in Leuven en ik kijk alvast uit naar de resultaten van jullie Living Lab en natuurlijk ook naar de nieuwe Living Labs die binnenkort gaan opstarten.

MARIE DAS: Dank je wel voor de uitnodiging.

ELS DU BOIS: Ja, dank je wel, ik vond het ook heel fijn om tot hier te komen, om samen dit gesprek te voeren en ik wil graag nog eindigen met een kleine tip, ik zou graag iedereen eens willen uitnodigen om eens goed naar uw klerkast te kijken en kijken naar al die kledingstukken die daar toch al wel heel lang hangen en die toch ook nog wel het verdienen om een keer gedragen te worden.