

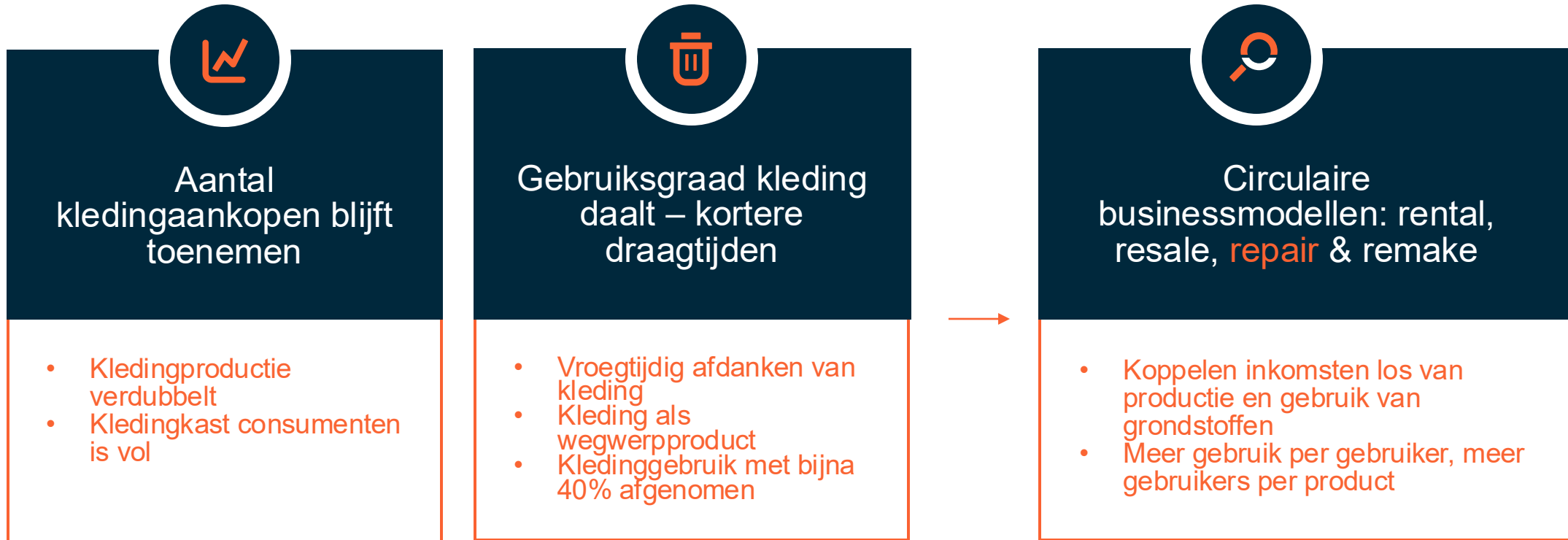
*Kledingherstel*

# Inzichten uit het Living Lab INFINITEX

Door Fien Demarest & Jolien Roedolf

Fix Forward, 23/06/2025

# 01 De uitdaging en hoe het anders kan



*Ellen Mc Arthur Foundation, Fashion and the circular economy  
Euromonitor International Apparel & Footwear 2016 Edition  
Hogeschool van Amsterdam (2017), measuring the Dutch clothing mountain*



Infinitem is een Living Lab dat gedurende drie jaar (2023-2025) nieuwe businessmodellen onderzoekt voor de waardeketen van circulair consumententextiel.

Samen met **mode-ondernemers** (e5, Xandres, Filou Company, Supergoods, Noterman Fashion, Dressr), **logistieke & technologische dienstverleners** (Kringwinkel Antwerpen, Quifactum, Okret, UNDO, CWS, ZOG) en **overkoepelende organisaties en ondersteuners** (Thomas More, Herw!n, FlandersDC, MADE)

*Mogelijk gemaakt door VLAIO*



## 02 Herstel is doeltreffend

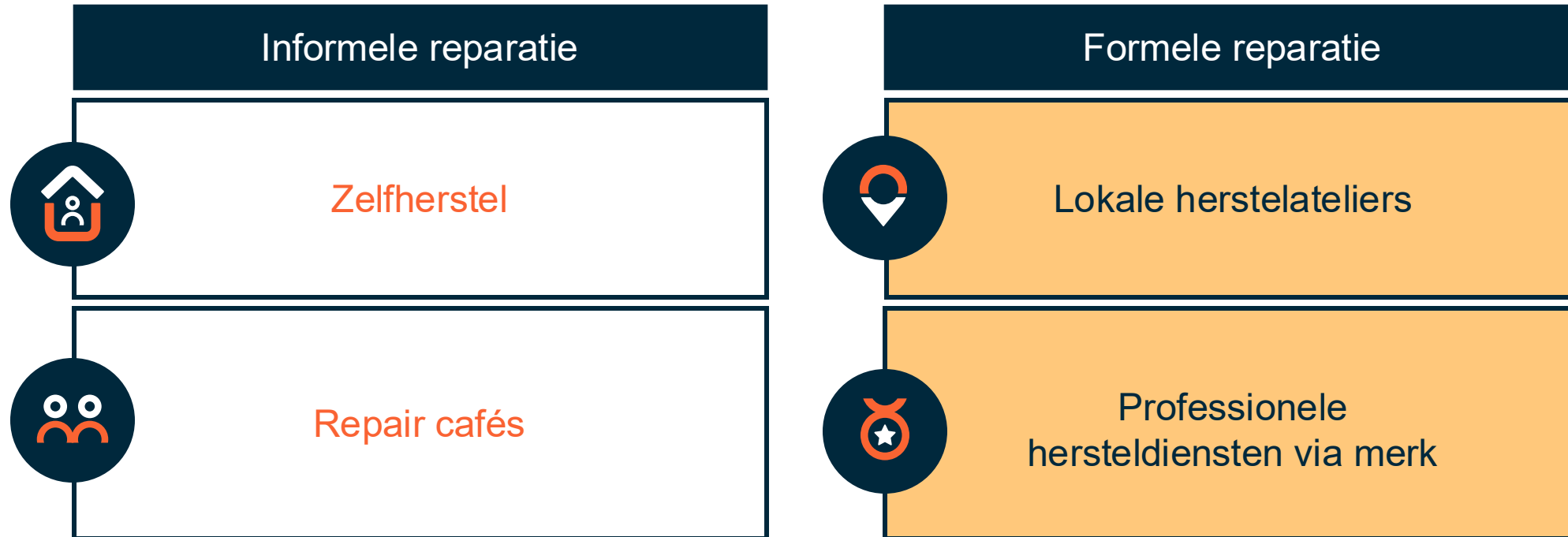
82,2%

Meer dan 4 op 5 kledingreparaties  
vervangen nieuwe aankopen

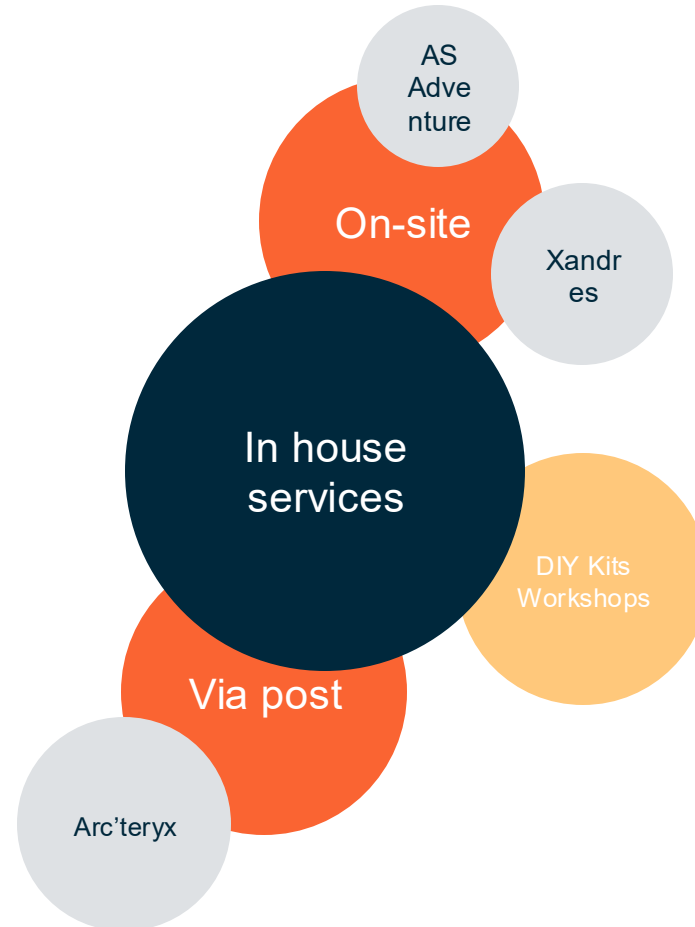
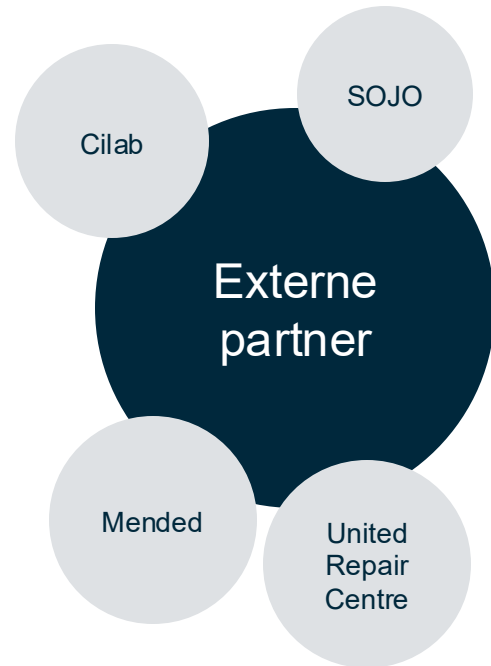
*WARP, 2025. Displacement Rate Untangled: A  
Standardised Methodology  
SOJO, Environmental impact of clothing repair*

# Herstellandschap

## 03 Vormen van herstel



# 03 Hersteldiensten organiseren



# 04 Herstel als BM in het Vlaamse landschap

## Waar staan we nu?

- ⊖ Gedomineerd door onafhankelijke reparateurs  
(maar afnemende aanwezigheid)
- € €447 miljoen omzet per jaar (EU27) vs  
kledingverkoop €177 miljard
- 📍 BE en NL laagste tewerkstelling in B2C-  
repairsector

## Uitdagingen bij de groei

- € Economische rendabiliteit
- 🚚 Logistieke uitdagingen
- 🌟 Lage kwaliteit kleding
- 👤 Gedrag consumenten

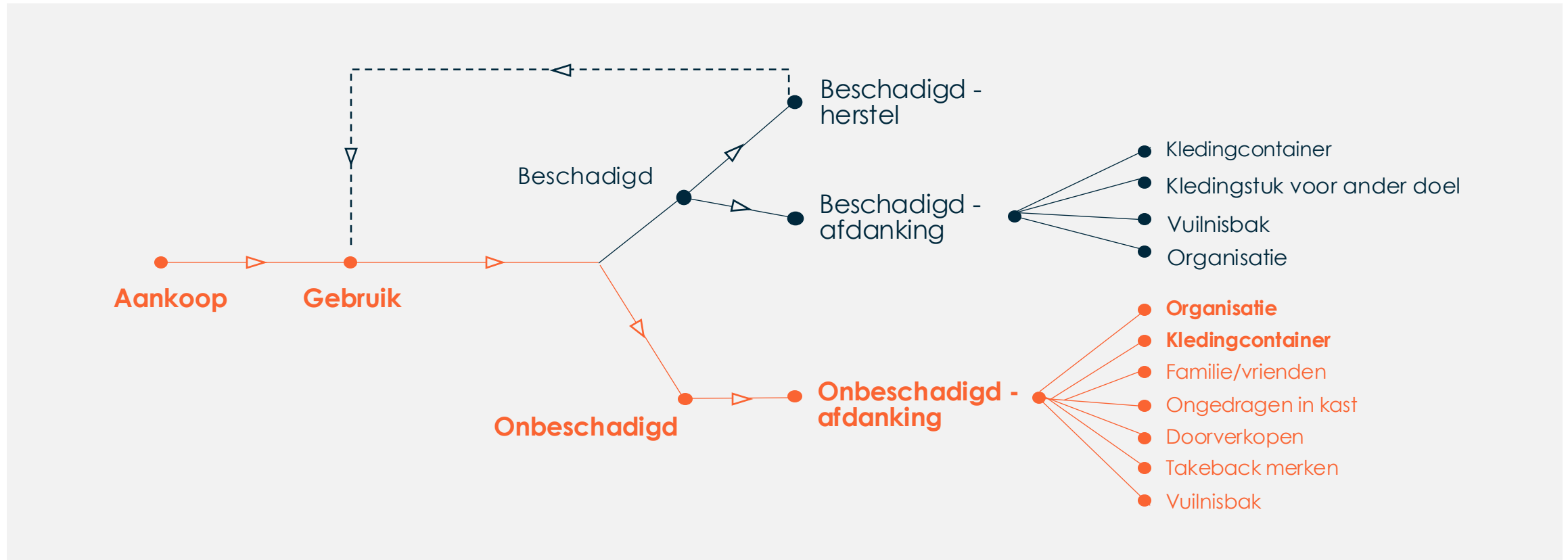
*Repair & Share, 2024, Textielherstel in Vlaanderen. Een verkennend rapport: stand van zaken en aanbevelingen*  
*OVAM, 2024, Repairing resources: mapping the scale and value of repair to the circular economy in Flanders*

# Consumentenonderzoek

# 05 Kleding krijgt de kans niet om stuk te gaan

**Huidig:** Kleding wordt vroegtijdig afgedankt & herstel is niet top of mind bij beschadiging

**Gewenst:** Langdurig gebruik & herstel als eerste keuze bij beschadiging



# 06 Factoren die herstel & langdurig gebruik beïnvloeden

Huidig gedrag		Gewenst gedrag	
Pains	Comforts	Gains	Anxieties
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kwaliteitsverlies bij nieuwe kleding</li> <li>• Minder uniciteit door massaproductie</li> <li>• <b>Overvloed van kleding in bezit – niet genoeg ruimte, chaos</b></li> <li>• Overvloed aan kleding in bezit – gevoel van overconsumptie, duurzaamheidsbesef neemt toe</li> <li>• Ontevredenheid over bepaalde huidige stoffen</li> <li>• Moeilijk afscheid kunnen nemen van bepaalde stuks</li> <li>• ....</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lage vervangingskosten</li> <li>• Snelle trends versterken drang tot vervanging</li> <li>• Geen gespreksonderwerp</li> <li>• <b>Herstelcultuur ontbreekt</b></li> <li>• Beschadigde kleding wordt thuis gebruikt (hobby, vod..)</li> <li>• <b>Nieuwe kleding kopen is makkelijk (online &amp; fysiek)</b></li> <li>• Kleding krijgt kans niet om stuk te gaan</li> <li>• Nieuwe kleding geeft voldoening</li> <li>• Afdankproces is eenvoudig</li> <li>• Sociale kring stimuleert vervanging</li> <li>• ....</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manier om afvalberg te verkleinen</li> <li>• <b>Kostenbesparing door duurdere stuks te (laten) repareren ipv vervangen</b></li> <li>• Geluk halen uit herontdekken van oudere kledingstukken in bezit</li> <li>• Verlengt de levensduur van favoriete of sentimentele kledingstukken</li> <li>• ...</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Geen ervaring met herstel</b></li> <li>• Vraagt meer moeite dan nieuwe aankoop</li> <li>• Past niet bij identiteit</li> <li>• Kledingstuk te goedkoop in aankoop</li> <li>• Niet weten hoe schade te beoordelen</li> <li>• Kleding niet ontworpen met bedoeling om te repareren</li> <li>• Niet overwogen bij oudere kleding</li> <li>• ....</li> </ul>

## 07 Onbekend is onbemind

*“Waar moet je eigenlijk zijn? Het lijkt zoiets zeldzaam en niet zichtbaar. Bij wie en waar moet je zijn om je kledingstukken te laten herstellen?”*

- Consumenten weten niet waar ze terecht kunnen
- Perceptie dat hersteldiensten moeilijk te vinden zijn (zeldzaam en niet zichtbaar)
- Zouden het wel overwegen als ze wisten waar ze terechtkonden
- Gebrek aan vaste hersteldiensten

## 08 Vertrouwen in merk door materiaal en ervaring

“Weten hoe zijn hun gerief moeten herstellen – eerder vertrouwen in hebben.”

- Kwaliteitsmaterialen en juiste technieken en materialen
- Vertrouwen in mensen die er iets van kennen
- Vertrouwen zorgt voor versoepeling in prijsbesteding

## 09 Vlot herstelproces

“In afgelopen 3j twee keer laten doen bij dienst in de buurt en ging vlot, zonder problemen.”

- Belangrijke factoren wanneer consumenten reparatie overwegen: **Informatie, Gemak, Vertrouwen**
- Nabijheid – dienst in de buurt (huis/werk), toegankelijke locatie (“op de weg”)
- Beperkte wachttijd – enkele dagen
- Efficiëntie speelt grote rol – snel én goed
- Transparante communicatie en vertrouwen in hersteller dragen bij aan vlot proces
- Gevaar dat logistiek proces als omslachtig wordt ervaren

# 10 Kostenbesparing door duurdere stuks te repareren

“Een dure leren jas van een paar honder euro ga je niet wegslijten, maar die ga je laten herstellen.”

- Idee van slimme investering
- Stuk dat veel geld heeft gekost langer kunnen dragen
- **Link kwaliteitsbewust kopen & investeren in kledingstuks**
- Als herstellprijs laag genoeg is ivm nieuwprijs wordt repareren een logische keuze

# 11 De keuze voor herstel

- ✓ Recent aangekocht kleren
- ✓ Uitzonderlijk/sentimenteel stuk
- ✓ Kledingstukken met hoge aankoopwaarde
- ✓ Weinig gedragen stuks met potentieel

- ✗ Oudere kleding
- ✗ Bepaalde productcategorieën als tshirts
- ✗ Genoeg geweest – beu, lang zelfde gedragen
- ✗ Buiten garantie

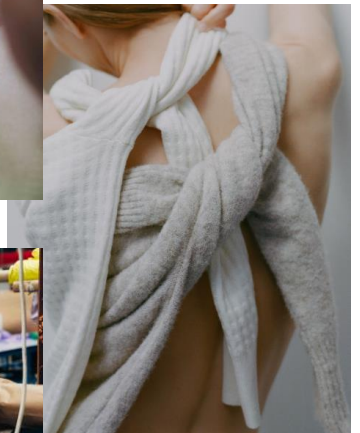
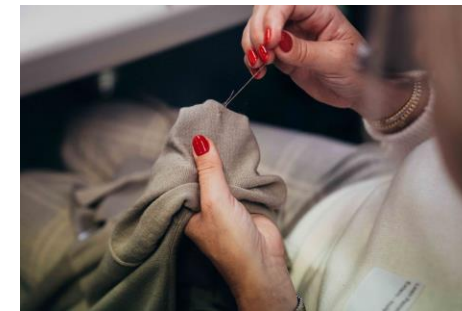
## 12 Interventies – Hersteldienst bij modemerken

Hoe kunnen we de **toegang** tot professionele hersteldiensten van modemerken **verlagen** voor de consument?

- Automatische mail na 2jaar, “je hebt je stuk nu x aantal jaar, breng het binnen voor onderhoud en/of herstel”, tips onderhoud + indien nodig herstellen wij het
- Extra info in label kledingstuk: wat kan er kapot gaan, hoe te repareren, waar te herstellen
- Eenvoudig via website aan te vragen
- Beschadigd item binnenbrengen in winkel, na voltooiing reparatie verstuurd naar adres klant
- Integratie gebruik repairdienst in loyaliteitsprogramma:
- Integratie herstelopties in verkoopspraatje winkelmedewerker
- Integreeren in winkel KPI's
- Korting geven of gratis retouche bij aankoop
- 1j na aankoop binnenbrengen voor opfrissing Intake(momenten) in winkels extra uitlichten
- ...

## Xandres Repair Program – Herstel & Onderhoud

- Eén van hun 6 pijlers
- Alleen voor Xandres kleding
- Herstellingen: levenslange garantie, gratis
- Binnenbrengen in één van hun boetieks
- Green Friday Event
- Uitdaging: repair nog meer in de kijker zetten
- Interventie: repair café tijdens green Friday



## e5 – Retouches & Repair Service

- Uitgevoerd door lokale retoucheurs
- Kleine vergoeding – meer info en prijzen in winkel
- Binnenbrengen bij boetiek naar keuze
- Afhankelijk van vraag zal medewerker ter plekke afspelden/opmeten
- Enkel geldig voor klanten met klantenkaart
- Uitdaging: winkelmedewerkers motiveren en klanten informeren
- Interventie: repair-in-store voor meer zichtbaarheid

e5.be



# Conclusie

## 13 Uitdagingen bij hersteldiensten

- Logistieke processen kunnen omslachtig of vervelend aanvoelen
- Belang van nabijheid – locatie dicht bij huis of werk, zoals lokale herstelateliers
- Wachttijden moeten beperkt zijn – enkele dagen
- Concept van hersteldiensten is onbekend – perceptie zeldzaam en moeilijk te vinden

# 14 Opportuniteiten voor hersteldiensten

- Ook minder duurzame profielen staan open voor herstel
- Kwaliteitsbewuste kopers zijn het meeste bereid gebruik te maken van zulke diensten
- Herstel wordt overwogen bij duurdere of recent aangeschafte kleding.
- Jongere generaties herstellen minder zelf – op termijn meer nood aan professioneel herstel?
- Versterkt merkimago en vertrouwen van retailers
- Vertrouwen in hersteller draagt bij aan vlot herstelproces
- Opvangnet voor complexe en tijdsintensiever herstellingen

## 15 Aanbevelingen

- Maak onderscheid tussen zelfherstellers vs uitbesteders
- In welke mate staat mijn doelgroep open voor zichtbare herstellingen?

*Bv oudere doelgroep (54-65j): herstelling = discreet, mooi afgewerkt, ...*

- Transparante communicatie rond dienst, prijs en proces - Belangrijke factoren bij overweging tot herstel: informatie, gemak en vertrouwen
- Vertrouwen opbouwen als merk via expertise en materiaalgebruik

# Wat denken jullie?

Als retailer of producent is herstel een businessmodel of in de eerste plaats een dienstverlening?

# Bedankt!

[Jolien.roedolf@thomasmore.be](mailto:Jolien.roedolf@thomasmore.be)

[Fien.demarest@thomasmore.be](mailto:Fien.demarest@thomasmore.be)