

A close-up photograph of a hand holding a bundle of orange threads. The background is a blurred loom with many threads, creating a sense of depth and texture. The lighting is warm, highlighting the orange color of the threads.

VAN LOSSE DRADEN NAAR WEEFSEL

speciale editie | oktober 2025

**De ontwikkeling van een
innovatienetwerk voor
mode en textiel in
Nederland**

ArtEZ Press

ArtEZ University of the Arts

Inhouds pagina

Van Losse Draden naar Weefsel neemt u mee in de ontstaansgeschiedenis van NewTexEco en het bredere onderzoeks- en innovatienetwerk voor mode en textiel. Het magazine schetst hoe zo'n 25 jaar geleden een begin werd gemaakt met het positioneren van mode en textiel in de context van de creatieve industrie en hoe de sector zichzelf klaarstoomde voor de noodzakelijke innovaties.



Aan het begin van de 21e eeuw werd de mode- en textielsector in Nederland gekenmerkt door veel losse en elkaar beconcurrerende spelers. Er was nauwelijks sprake van enige samenwerking. In een sector die nog grotendeels volgens 19e-eeuwse industriële principes werkte kwamen noodzakelijke innovaties rond thema's als duurzaamheid en digitalisering daardoor niet van de grond.

Maar vanaf ongeveer 2005, zo schetst het magazine, ontstaat stap voor stap een professioneel innovatienetwerk. Een netwerk waarin industrie, kennisinstellingen en overheid (triple helix) met elkaar gaan samenwerken aan de noodzakelijke transitie van het mode- en textielsysteem.

Dat ging uiteraard niet vanzelf. In de volgende pagina's is te lezen hoe veel verschillende mensen en initiatieven eraan hebben bijgedragen. Met zijn vele links naar originele onderzoeksrapporten, beleidsbrieven, proefschriften, video's en ander beeldmateriaal is dit boekje van historische waarde.

De initiatiefneemster voor deze mode- en textielgeschiedenis is Lucie Huiskens en daarvoor willen we haar graag bedanken. Zijzelf stond als programmamanager van Stichting Premisela aan de

Voorwoord

wieg van het innovatienetwerk door in 2003 de stand van zaken binnen de Nederlandse modesector in kaart te laten brengen. Ook bij het tot stand komen van het eerste NWO-gesubsidieerde modeonderzoeksproject in 2008 was Lucie betrokken. Lucie werkte na Premisela enige tijd bij Cultuur en Ondernemen en later bij ArtEZ, waar ze steeds nauw betrokken bleef bij de innovaties binnen de mode- en textielsector. Bij ArtEZ was ze als projectmanager verantwoordelijk voor de agenda van CLICKNL|Next Fashion, en vervulde ze een cruciale rol in de totstandkoming. Kortom: bij vrijwel alle stappen in het in dit magazine gedocumenteerde proces was Lucie betrokken. Met een duidelijk doel voor ogen en een open houding lukte het haar vaak om verschillende partijen met soms andere zienswijzen toch met elkaar te verbinden.

We kennen haar ook als ietwat ongeduldig en altijd kritisch, in de positieve zin van het woord. Ze had -en heeft- een hekel aan lange vergaderingen en vage plannen en wilde altijd weten welke concrete acties er nu ondernomen gingen worden. Die doelgerichtheid heeft het proces zeker geholpen.

Dit e-magazine markeert Lucies afscheid, volgende maand gaat ze met pensioen. Ikzelf heb altijd met veel plezier met haar samengewerkt en ik weet zeker dat dat voor heel veel anderen ook geldt. Haar stuwende kracht, haar tomeloze energie, haar enthousiasme en meer dan toegewijde inzet zullen we gaan missen.

José Teunissen, Lector Mode en Identiteit en directeur AMFI en (interim) voorzitter NewTexEco.

Textiel voor de eeuwigheid

Congrescentrum 1931 in 's-Hertogenbosch was op 10 en 11 september 2025 de inspirerende locatie voor een minstens zo inspirerende beurs: de [Circular Textile Days](#), die dit jaar voor de vijfde keer werd georganiseerd. Twee dagen lang ging het in tal van stands van bedrijven, lezingen en workshops over de potentie van circulariteit in de textielsector, zoals bekend een van de meest vervuilende sectoren ter wereld.

Ontwerpers, producenten, wetenschappers, beleidsmakers, studenten, docenten en vele anderen luisterden naar sprekers uit binnen- en buitenland die het thema 'circulair textiel' benaderden vanuit alle mogelijke invalshoeken. Afkomstig uit zowel kleine start ups als de grote industrie spraken ze over onder andere duurzame productiemethoden, recycling, design, wetgeving, marketing, repair centres, greenwashing en nog veel meer. Circulariteit in textiel is allang niet meer een niche, dat was wel duidelijk, maar een inmiddels zeer breed gedragen beweging. Met uiteraard nog heel veel hobbels die moeten worden genomen voordat er sprake kan zijn

van een werkelijk groene en duurzame sector.

Een opvallende Nederlandse bijdrage werd geleverd door het team van het [Actieplan Circulair Textiel](#). Zij ontwikkelden met een groep stakeholders een ambitieus stappenplan in opdracht van de nationale [missiegedreven Kennis en Innovatieagenda](#) [Maatschappelijk Verdienvermogen](#), een van de Nederlandse missiegebieden waarmee innovatie wordt aangejaagd.

Dit plan met bijdragen van een groot aantal partijen moet ervoor zorgen dat Nederland in 2040 een prominente plaats inneemt in Europa wanneer het gaat om circulair textiel, kleding, leer en schoenen. Door vol in te zetten op automatisering, digitalisering, Europese samenwerking en hernieuwbare grondstoffen liggen er volgens het Actieplan tal van kansen voor de Nederlandse industrie en ontwerpers, zowel de grote als de kleine.

Het team van het Actieplan werk nauw samen met de netwerkorganisatie [Dutch Circular Textile Valley](#)

(DCTV). Dit is een breed samenwerkingsverband van brancheorganisaties, kennisinstellingen, bedrijven en overheden en is opgericht om de realisatie van een circulaire textielketen in Nederland te versnellen. Het Actieplan mikt op een zelfs nog breder consortium.

Dat zoveel verschillende organisaties samenwerken aan het realiseren van een gezamenlijke missie lijkt anno 2025 misschien vanzelfsprekend, maar dat is het allerm minst. Nog maar twintig jaar geleden bestond de wereld van mode en textiel in Nederland uit allemaal kleine eilandjes die zich niet of nauwelijks met elkaar bemoeiden. Competitie en concurrentie waren de drijvende factoren voor bedrijven en kennisinstellingen, en vanuit de overheid was er voor mode en textiel ook absoluut geen sprake van zoiets als een industriepolitiek. Maar dat zou in de jaren daarna allemaal veranderen.



[klik afbeelding voor PDF](#)

“
**Nog maar
twintig jaar
geleden
bestond de
wereld van
mode en textiel
in Nederland
uit allemaal
kleine eilandjes
die zich niet
of nauwelijks
met elkaar
bemoeiden.**
”

Creativiteit als economische motor

In 2003 maakte de Amerikaanse politicoloog en stedenbouwkundige Richard Florida een promotietour voor zijn boek *The Rise of the Creative Class*.

Op 25 en 26 september deed hij ook Nederland aan, waar hij in een bomvolle Amsterdamse Westergasfabriek sprak op de conferentie *Creativity and the City*. De kern van Florida's betoog was dat de toekomst van de stad in handen lag van de zogenoemde creatieve klasse: een hoogopgeleide elite van onder andere architecten, vormgevers, mediaprofessionals, kunstenaars, technici en ICT-specialisten. Waar

de creatieve klasse zich thuis voelde en wilde wonen, daar zouden de bedrijven en de welvaart vanzelf volgen, aldus Florida.



Hoewel er al snel veel kritiek kwam op zowel zijn onderzoeksmethodes als zijn conclusies, werd Florida's theorie vooral door stadsbestuurders en andere beleidsmakers gretig omarmd. Creativiteit stond ineens hoog op de agenda om steden weer aantrekkelijk te maken. Waar het lang was gezien als een frivool randverschijnsel, werd het nu ineens beschouwd als onmisbare brandstof voor de economische motor.

In Nederland werd het belang van de creatieve sector al wat langer onderkend en vooral de vormgeving ('Dutch Design') stond ook internationaal in hoog aanzien. Sinds 1993 richtte het Nederlands Vormgevingsinstituut zich op het bevorderen van mode en design, in 2002 werd dit instituut in een iets gewijzigde vorm voortgezet als Premsula Stichting voor Nederlandse vormgeving¹.

Toch was mode in de praktijk van beide instituten een wat ondergeschoven kindje. Er ging veel meer aandacht uit naar andere creatieve disciplines als architectuur, (grafische) vormgeving, industrieel ontwerp en nieuwe media. Maar onder andere door Florida's pleidooi werd ook mode steeds meer gezien als onderdeel van het creatieve milieu. En daarmee werd ook de economische potentie onderkend.

Een probleem op dat moment was echter dat

er maar weinig gecentraliseerde kennis was. Er was bijvoorbeeld nauwelijks zicht op de relaties tussen opleidingen, ontwerpers, de industrie en de retail. Premsula Stichting voor Nederlandse vormgeving gaf daarom in 2003 aan economisch geograaf Monique Roso de opdracht om een onderzoek te doen naar de stand van zaken in de Nederlandse modewereld.

“ Creativiteit stond ineens hoog op de agenda om steden weer aantrekkelijk te maken ”

¹ In 2013 fuseerden Premsula Stichting voor Nederlandse vormgeving, het Nederlands Architectuurinstituut (NAi) en Virtueel Platform (kenniscentrum voor e-cultuur) gefuseerd tot het huidige [Het Nieuwe Instituut](#).

Ontbrekende bruggen

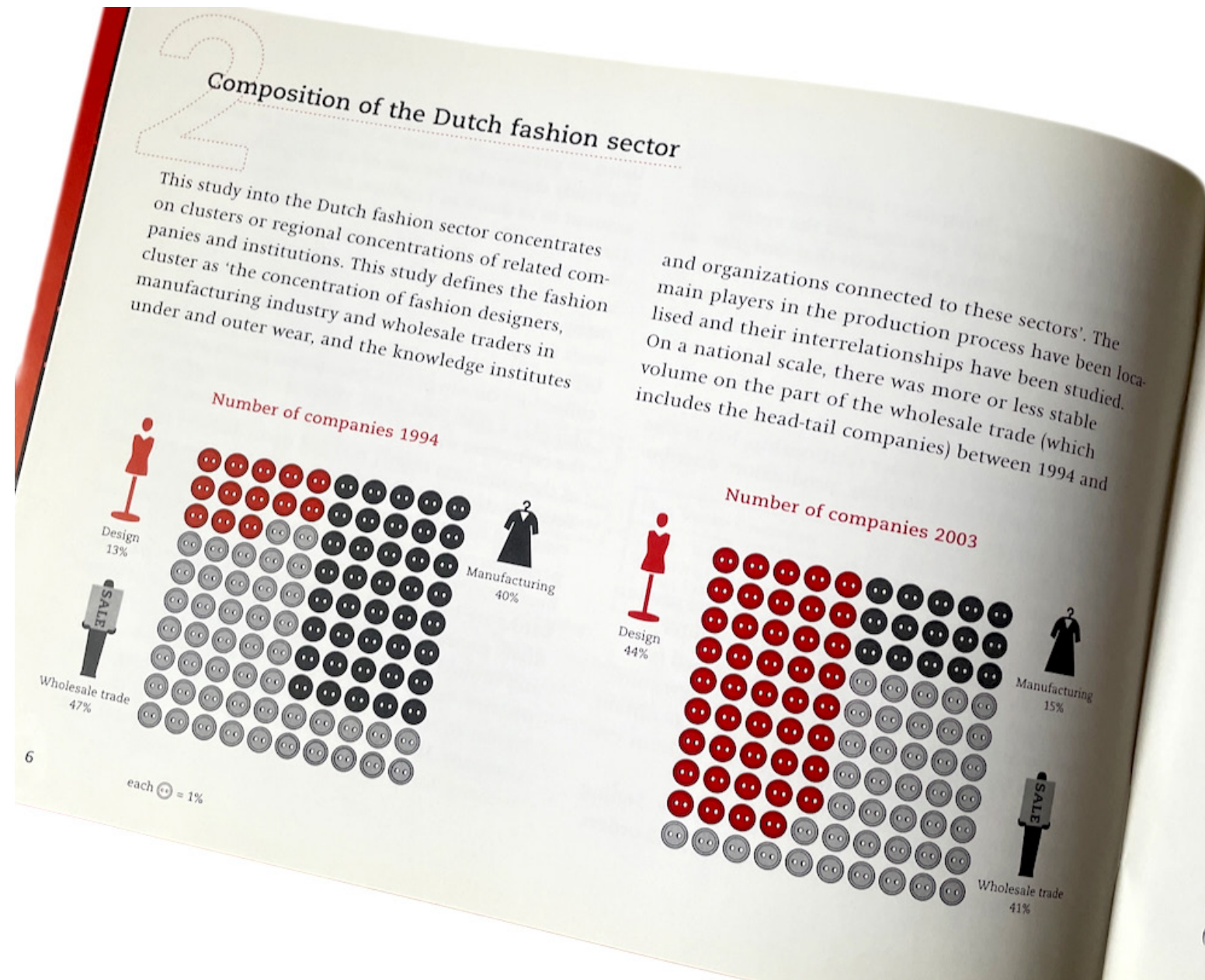
Het rapport van Monique Roso, *Modevormgeving in Nederland: de ontbrekende bruggen tussen creatie en commercie*, verscheen in juni 2005.



Al aan het begin van haar onderzoek had ze -zoals verwacht- ontdekt dat er nauwelijks iets was vastgelegd over de werking van de Nederlandse modesector. 'Actueel onderzoek naar betekenis en functioneren van culturele industrieën laat de mode-industrie vaak buiten beschouwing', schrijft Roso. Een van de redenen hiervoor was dat mode en kleding vooral werden gezien als bulkproductie, waarbij de vormgeving ondergeschikt was.

Roso baseerde zich daarom grotendeels op buitenlandse literatuur en onderzoeken. En daarnaast op een groot aantal interviews met sleutelfiguren uit de Nederlandse modewereld, die werkzaam waren in de industrie, het onderwijs, de retail of als ontwerper.

Uit de interviews kwam al snel het beeld naar voren van een zeer gedifferentieerde sector, die volgens Roso echter wel degelijk moest worden beschouwd als onderdeel van de creatieve industrie.



De publiekssamenvatting van *Ontbrekende bruggen...* werd vormgegeven door Bureau Mijksenaar

Met name rond Amsterdam zag zij een clustering van ontwerpers, productie- en distributiebedrijven, gespecialiseerde dienstverlening, organisaties en kennisinstellingen. Ook in enkele andere steden of regio's waren er concentraties van ontwerpers, maar op deze plaatsen was weinig massa op het gebied

van productie en distributie. In een cluster kunnen bedrijven profiteren van elkaars nabijheid. Ze zijn weliswaar vaak elkaars concurrenten, maar ze kunnen ook samenwerken en kennis uitwisselen, waar ze dan allemaal voordeel van hebben. Het innovatieve milieu dat op deze

manier kan ontstaan biedt immers veel meer kansen op duurzame economische groei.

In het Amsterdamse cluster was echter nauwelijks of geen sprake van samenwerking. Niet tussen ontwerpers en distributiebedrijven, en ook niet tussen bedrijven onderling. Er was vooral veel haat en jild, en weinig vertrouwen. Er vond dan ook nauwelijks interactie plaats. Ook problematisch was dat het creatieve deelcluster -met name jonge ontwerpers- maar in zeer beperkte mate beschikte over ondernemersvaardigheden en -inzichten.

Roso legde in haar rapport ook onderzoeken naast elkaar naar het functioneren van enigszins vergelijkbare clusters in Nottingham, New York en Seoul. Daaruit bleek dat de situatie daar heel anders was. In deze zeer succesvolle clusters waren er juist veel relaties tussen opleidingen, bedrijven en ontwerpers. Allemaal waren ze overtuigd van het belang van sociaal kapitaal voor de concurrentiekracht en het innovatief vermogen van de sector. En er was veel vertrouwen in elkaars kennis en deskundigheid, die ook op grote schaal werden gedeeld.

De centrale vraag die zich gedurende Roso's onderzoek steeds meer naar voren had gedrongen was dan ook hoe binnen de Nederlandse modesector de interactie en samenwerking zou kunnen worden verbeterd.

Er was bij de verschillende partijen weliswaar veel kennis in huis, maar die hield ieder voor zich. Om de sector als geheel op te stoten in de vaart der volkeren zouden op de eerste plaats de verschillen moeten worden overbrugd tussen creatie en commercie. Er zouden betere relaties moeten komen tussen het onderwijs en de beroepspraktijk. Tussen ontwerpers en retailers. Tussen ontwerpers en handelsbedrijven. Eigenlijk tussen iedereen die op een of andere manier te maken had met mode en textiel. Samenwerking leek een eerste vereiste om te komen tot een economisch en creatief gezonde sector.

Veerle Windels **Monique Roso**
Leon Amsterdam **Jessica Joyce**
Melanie Rozema **Truus Spijkers**
Dick van der Vlies **Angelique Janssen**
Manon Schaap **James Veenhoff**
Matthijs Boelée **Tonny Holtrust**
Adriaan de Regt **Jasper Kraaije**
Edwin Oskam **Marlou Thijssen**
Patrick Aarts **Oedzge Atzema**
Han Bekke **Lucie Huiskens**
Paul van Berkel **Maarten van Doren**
Mariëtte Hoitink **Petra Remmen**
Paul Rutten **Paul Vlug**
Dany Jacobs **Walter Manshanden**
Michiel Scheffer **José Teunissen**
Rik Wenting **Angelique Westerhof**

Eerste bruggen worden geslagen

De eerste stap naar die zo gewenste samenwerking werd gezet tijdens de door Stichting Premsula georganiseerde Werkconferentie Mode op 15 juni 2005 in Arnhem. Vijftwintig mode-experts bespraken hier de resultaten van het onderzoek, dat over het algemeen zeer positief werd ontvangen. Eindelijk, zo was het breed gedragen gevoel, lag er een met feiten onderbouwde analyse van de stand van zaken in de Nederlandse mode en kon er een begin worden gemaakt van een agenda.

De aanwezige experts waren afkomstig uit alle geledingen van de modesector: uit het onderwijs, de industrie, de overheid, de brancheorganisaties. En last but not least waren er enkele zelfstandige ontwerpers. Monique Roso zelf zag in deze brede samenstelling al het begin van een omslag: ‘Aan de ene kant zien ontwerpers in dat ze commerciëler moeten opereren en gesprekken moeten aanknopen met bedrijven. Aan de andere kant zie je handelsbedrijven die steeds meer design in hun handelswaar stoppen. Men wil elkaar opzoeken, alleen weet men niet hoe. Daar liggen kansen.’

Een van de knelpunten die uitgebreid werden besproken was de financiering. Voor veel jonge ontwerpers een struikelblok omdat banken mode zien als een zeer risicovolle activiteit waar je beter geen geld in kunt steken. Zou de overheid hier geen rol in kunnen spelen, net zoals bij de filmindustrie waar fiscale maatregelen voor een enorme stimulans hadden gezorgd?

Voor wat betreft de gesignaleerde kloof tussen creatie en commercie gaven de modeopleidingen ArtEZ en Amsterdam Fashion Institute (AMFI) aan dat ze al druk bezig waren om die twee uitersten bij elkaar te krijgen. Bij ArtEZ was het vooral Alexander van Slobbe die zich hier hard voor maakte, bij AMFI was het Dany Jacobs. Maar deze laatste moest ook erkennen dat het een moeizaam traject was.

Van de kant van de ontwerpers kwam ook nog de behoefte naar voren aan één centraal aanspreekpunt voor juridische, economische, logistieke of productionele ondersteuning.

Lucie Huiskens, programmamanager economische ontwikkeling bij Stichting Premsula, vatte de dag uiteindelijk samen in twee actiepunten. Eén: het onderzoeken van financieringsmogelijkheden. En twee: het opzetten van een soort ‘shared services’ waar ontwerpers hulp zouden kunnen krijgen bij het opzetten van een eigen label, productie en andere problemen.

Bij het napraten werden de eerste afspraken hiervoor al gemaakt. De eerste stappen naar een modenetwerk werden hiermee gezet.



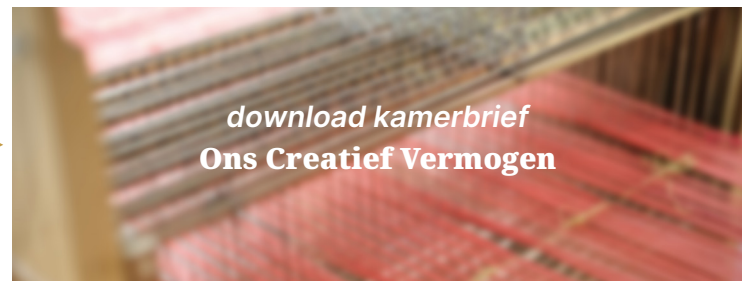
Werkconferentie Mode 15 juni 2005

Deelnemers aan de Werkconferentie Mode 15 juni 2005

Overheid ziet economische potentie

Ook binnen de landelijke overheid kreeg de verbinding tussen economie en creativiteit inmiddels veel aandacht.

In het najaar van 2005 verscheen *Ons Creatief Vermogen*, een gezamenlijke publicatie van de ministeries van Economische Zaken en Onderwijs, Cultuur & Wetenschap. Doel van deze brief was om de economische potentie van cultuur en creativiteit te versterken.



download kamerbrief
Ons Creatief Vermogen

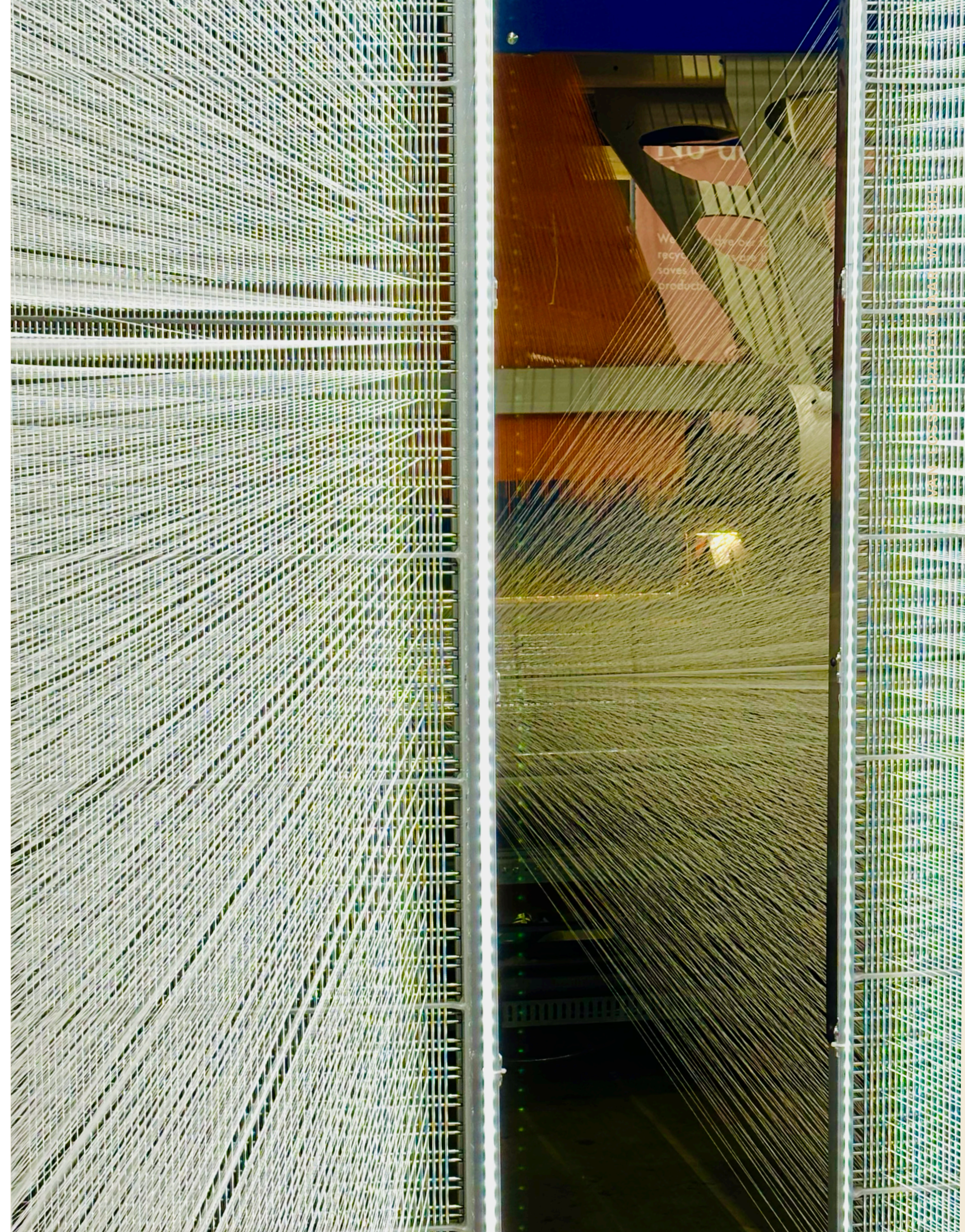
De ministeries signaleerden dat in Nederland de zogenoemde creatieve bedrijfstakken² weliswaar floreerden, maar dat er ook veel kansen bleven liggen. Als belangrijkste oorzaken hiervoor werden gezien de scheiding tussen de economische en de creatieve wereld,

de beperkte financieringsmogelijkheden voor startende bedrijven, en de geringe ondernemersvaardigheden bij jonge ontwerpers. De manco's die Monique Roso had gesignaleerd in de modesector golden blijkbaar voor het hele creatieve gebied.

Het kabinet kondigde daarom een breed actieplan aan: het Programma voor de Creatieve Industrie. Met een aantal gerichte maatregelen wilde het kabinet onder andere actief verbindingen gaan stimuleren tussen economie en cultuur. Tussen creatieve bedrijven enerzijds, en delen van het Nederlands bedrijfsleven en kennisinstellingen anderzijds. Ook moesten er meer financieringsmogelijkheden komen voor creatieve starters en zou er in het kunstvakonderwijs meer aandacht moeten komen voor ondernemersvaardigheden.

Geheel in de geest van Richard Florida zag het kabinet met deze brief de creatieve industrie als een aanjager van de economie. Als een sector die zou moeten zorgen voor een groter aanpassings- en vernieuwingsvermogen van het gehele Nederlandse bedrijfsleven. Aan dat bedrijfsleven deed het de oproep om met projectvoorstellen te komen waarbij netwerkvorming, kennisuitwisseling en samenwerking centraal zouden staan.

² Onder creatieve bedrijfstakken werd verstaan de kunsten en het erfgoed, media en entertainment, en creatieve zakelijke dienstverlening zoals vormgeving, architectuur, mode, computer games en reclame.



Groei vertrouwen en verbinding

Ondertussen werden in Amsterdam voorzichtige stappen gezet naar netwerkvorming en meer samenwerking.

Ondertussen werden in Amsterdam voorzichtige stappen gezet naar netwerkvorming en meer samenwerking. AMFI en brancheorganisatie Modint begonnen met 'Avonden aan de Amstel'. Vier keer per jaar werden mensen uit alle geledingen van de sector uitgenodigd om te praten over een actueel onderwerp. Daarbij werd veel aandacht besteed aan het elkaar leren kennen, met hapjes en drankjes vooraf en een borrel nadien. Zo kon er langzaam meer vertrouwen gaan ontstaan.

AMFI was ook de uitvoerder van een vervolgonderzoek na het rapport van Monique Roso. De opdracht hiervoor was verstrekt door Premisla Stichting voor Nederlandse Vormgeving en de Directie Cultuurbeleid van het ministerie van OCW. AMFI-onderzoekers Dany Jacobs, Henny Jordaan en Pieta Stam publiceerden in februari 2007 het rapport *Bruggen slaan tussen modecreatie en -commercie* waarin ze 22 concrete voorstellen presenteren om de interactie in het Nederlands modecluster te versterken.

Net als Roso beschouwden zij financiering als het belangrijkste en meest urgente knelpunt. Niet alleen



voor starters, maar ook voor doorgroeiers die weer met heel andere financiële problemen te maken hadden. Om dit knelpunt zo snel mogelijk op te lossen kwamen zij met verschillende onderzoeksuggesties en oplossingen. Onder andere microkrediet en coaching, want het was ook wel duidelijk dat een zak geld alleen niet volstond voor jonge ontwerpers en bedrijven. Ook brachten zij als een soort makelaar verschillende partijen samen aan tafel. Zoals Kunstenaars & CO, -dat al jaren werkte aan de zakelijke begeleiding van kunstenaars en vormgevers-, Modint, HTNK en Triodos Bank.

Jacobs, Jordaan en Stam zagen veel onbenut talent in de Nederlandse modewereld. Talent dat volgens hen tot bloei zou kunnen komen met onder andere gerichte zakelijke coaching. Hierin zou kunnen worden voorzien door de oprichting van enkele mode-incubators.

Ze constateerden ook dat de situatie in Nederland al

langzaam aan het verbeteren was. Jonge ontwerpers, bijvoorbeeld, konden zich gemakkelijker vestigen, zo hoorden ze van verschillende kanten. En initiatieven als Dutch Fashion Foundation en Amsterdam International Fashion Week maakten de sector niet alleen zichtbaarder, maar zorgden ook voor meer verbinding. Ze pleitten er dan ook voor dat de overheid deze privé-initiatieven structureel zou gaan ondersteunen om zo het Nederlandse modeklimaat nog verder te verbeteren.

Verder zouden de belangrijkste partijen in het Nederlandse modeveld ook wat vaker bij elkaar moeten gaan zitten en hun plannen op elkaar moeten afstemmen. Zij dachten daarbij vooral aan organisaties als Modint, HTNK, Dutch Fashion Foundation, Amsterdam International Fashion Week, World Fashion Center, Arnhem Mode Biënnale, en grote HBO-scholen als AMFI en ArteZ.



Rond 2006 startte het tweejarige ontwikkelingsprogramma **Turning Fashion Talent into Business**. Het werd gelanceerd door HTNK, recruitment & consultancy bureau voor mode, in samenwerking met Syntens, Dutch Fashion Foundation en Arnhem Modebiënnale. In het verlengde daarvan ontstond in 2008 **Red Light Fashion District Amsterdam**, een gezamenlijk project van gemeente Amsterdam, NV Stadsgoed en HTNK. Hierdoor kregen ontwerpers als Bas Kusters, Edwin Oudshoorn, Jan Taminiau en Sjaak Hullekes de beschikking over een atelier en showroom op de Wallen in Amsterdam.

<https://www.mediamatic.net/nl/page/35332/redlight-fashion-amsterdam>

[>>https://htnk.nl/?a=overlay&type=project&id=8](https://htnk.nl/?a=overlay&type=project&id=8)

Wetenschap over mode

Vanaf de Werkconferentie Mode in 2005 waren de contacten tussen de Radboud Universiteit en de hogescholen AMFI, ArtEZ en Saxion veel inniger geworden.



Dat leidde in 2008 tot een gezamenlijke onderzoeksaanvraag bij de Nederlandse Organisatie voor Wetenschappelijk Onderzoek (NWO). Betrokken hierbij waren hoofdaanvrager Radboud Universiteit (Anneke Smelik), Saxion (Michiel Scheffer), UvA/AMFI (Dany Jacobs) en ArtEZ (José Teunissen). Dutch Fashion Identity in a Globalised World zou het eerste door NWO gefinancierde wetenschappelijk onderzoek op het gebied van mode worden. Onderzoekshypothese was dat de Nederlandse creatieve mode-industrie rijkelijk profiteerde van een unieke mix van individualisme, innovatie en (post)-modern design.

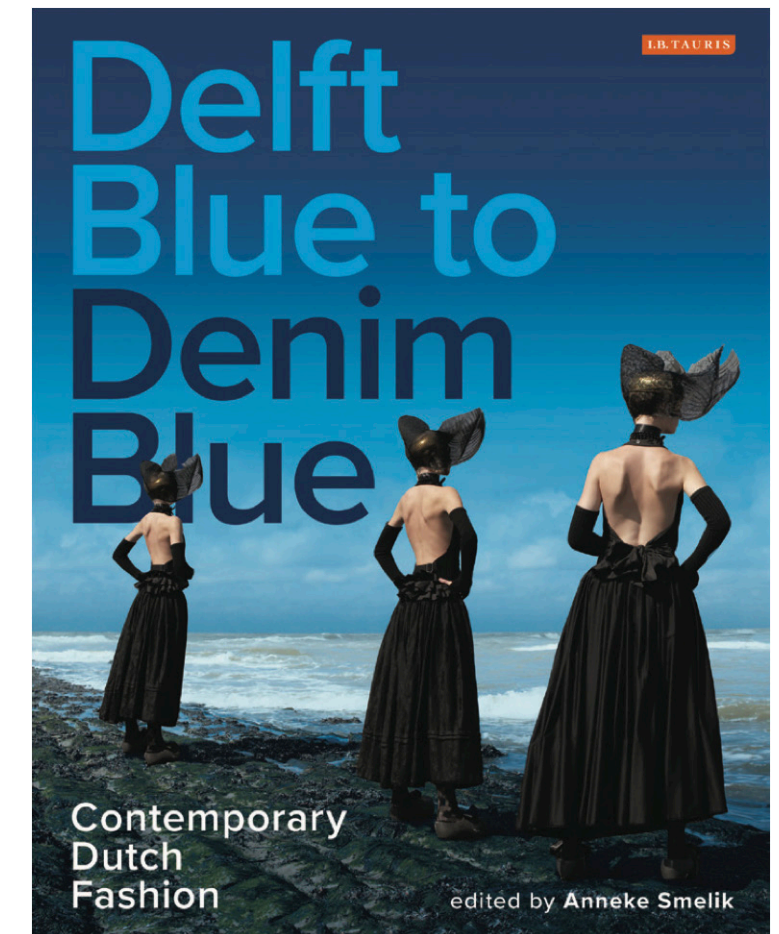
Het onderzoek leidde niet alleen tot een stroom van artikelen die in allerlei tijdschriften werden gepubliceerd, maar ook tot uiteindelijk vier proefschriften:

Daniëlle Bruggeman, [*More Than Meets the Eye: Dutch Fashion, Identity and New Materialism*](#) (2014);

Maaïke Feitsma, [*Nederlandse mode? Een verkenning van mythevorming en betekenis*](#) (2014);

Anja Köppchen, [*Mind the Gap. Balancing Design and Global Manufacturing in Dutch Fashion*](#) (2014);

Constantin-Felix von Maltzahn, [*Dutch Identity in Fashion. Co-Evolution between Brands and Designers*](#) (2013).



De proefschriften vormden ook de basis voor de publicatie [*From Delft Blue to Denim Blue*](#), waarin de resultaten van het onderzoeksproject voor een breder publiek werden ontsloten.

“Inmiddels is wetenschappelijk onderzoek op gebied van mode- en textiel dagelijkse praktijk binnen hogescholen en universiteiten. Voorbeelden van dissertaties die daaruit voortvloeiden zijn onder veel meer *The Dutch Clothing Mountain* van Irene Maldini, en *Making Fashion Sustainable – The Role of Designers* van Natascha van der Velde.”

Innovatie en ondernemerschap

De creatieve industrie (...) kan een belangrijke bijdrage leveren aan de concurrentiekracht en het innovatief vermogen van Nederland,

De creatieve industrie (...) kan een belangrijke bijdrage leveren aan de concurrentiekracht en het innovatief vermogen van Nederland, schrijven de ministers van Economische Zaken en OCW in 2009 in *Waarde van Creatie*, een kamerbrief over het verbeteren van de relatie tussen economie en cultuur. Sinds het eerste beleidsprogramma uit 2005 is er 100 miljoen euro geïnvesteerd om de creatieve industrie te ondersteunen.



download kamerbrief
Waarde van Creatie

Daarmee is het creatieve klimaat sterk verbeterd en is de creatieve industrie nu beter gekoppeld aan andere sectoren.

Maar een aantal knelpunten geldt nog steeds. Voor het kabinet is dat reden om verder te gaan op

de ingeslagen weg met het nieuwe Beleidsprogramma voor de Creatieve Industrie 2009-2013³.

In de brief wordt nadrukkelijk gewezen op de eigen verantwoordelijkheid van de creatieve industrie. Deze beschikt volgens het kabinet nog niet over een eigen overkoepelende strategische visie en agenda waarmee zij verder kan komen.

Het opstellen van zo'n strategische agenda voor en door de creatieve industrie is dan ook een van de actielijnen die in de brief worden genoemd. Andere actielijnen zijn onder andere het stimuleren van onderzoek, onderwijs en ondernemerschap, het vergroten van de internationale oriëntatie en het verbeteren van de toegang tot kapitaal.

Het kabinet roept de creatieve industrie op om met goede plannen te komen voor een strategische agenda. Bij kwalitatief goede plannen zal de overheid een bijdrage leveren via een innovatieprogramma

³ Hoofdstuk 4 in Kamerbrief *Waarde van Creatie*.

voor de creatieve industrie en het Fonds Economische Structuur Versterking (FES).

De creatieve industrie neemt de uitdaging aan. Zij formeert een stuurgroep en een werkgroep bestaande uit representatieve vertegenwoordigers van een aantal grote en kleine creatieve bedrijven, kennis- en overheidsinstellingen en beroeps- en brancheorganisaties. Samen met investeringsbereide partners en na een brede consultatie van de creatieve industrie presenteert zij in januari 2010 Visie en Strategische Agenda Creatieve Industrie. Aanzet tot een Innovatieprogramma.

Het streven van de werkgroep is buitengewoon ambitieus: in 2020 zou Nederland bekend moeten staan als de meest creatieve economie van Europa en moeten behoren tot de top drie van de wereld.

Het innovatieprogramma wordt -net als de brief van de ministeries van Economische Zaken en OCW- vormgegeven middels zes actielijnen. Uiteindelijk zal het innovatieprogramma niet worden gerealiseerd, maar het gedachtegoed zal zijn weg vinden naar het latere topsectorenbeleid van de landelijke overheid.

Geleyn Meijer Gerbrand Bas
Lucas Hendricks Robert Jan Marringa
Ruurd Priester Marleen Stikker
m.m.v. Joeri van den Steenhoven
Frank Kresin Martijn Arnoldus

Werkgroep Visie en Strategische Agenda Creatieve Industrie

Pieken en Dalen in de Creatieve Industrie



klik afbeelding voor PDF

Frits Grotenhuis beschrijft in *Pieken en Dalen in de Creatieve Industrie* (2015) een sector die zich niet gemakkelijk laat definiëren, en zich nog minder gemakkelijk laat organiseren. In het jaar van publicatie gaat het om circa 130.000 zeer uiteenlopende bedrijven met gemiddeld nauwelijks twee medewerkers. Grotenhuis schetst in zijn boek een dynamische sector die zich over de periode 2003-2015 met ups en downs ontwikkelt van sleutelgebied tot innovatieve topsector. De creatieve industrie representeert ruim 10% van de Nederlandse bedrijven en draagt circa 2% bij aan het BNP. Die positie is alleen maar versterkt. De meest recente [Monitor Creatieve Industrie 2024](#) stelt dat de sector een van de snelst groeiende en meest impactrijke sectoren van Nederland is. Zowel het aantal banen als het aandeel aan de economie groeide tussen 2012 en 2020 harder voor de creatieve sector dan voor de gehele Nederlandse economie.

Textiel en technologie

Het CReative Industry Scientific Programme (Crisp, 2011-2015) is een door het Fonds Economische Structuur Versterking (FES) gefinancierd onderzoeksprogramma om de technologische en de creatieve sector beter met elkaar te gaan verbinden.

Een van de aandachtsgebieden is [Fashion & Technology](#). Innovatie is voor de Europese textielindustrie immers van levensbelang om te kunnen blijven concurreren met lagelonenlanden.

Daarbij wordt vooral gedacht aan vernieuwende producten met een hoge toegevoegde waarde. Aan vormen van mode en textiel die een antwoord kunnen geven op bepaalde maatschappelijke vraagstukken en behoeften. Jassen met zonnepanelen bijvoorbeeld, of met sensoren die reageren op aanraking of gevaar.

In zogenoemde 'smart textiles' worden hiervoor zachte materialen gecombineerd met hoogwaardige technologie.

Maar klassieke textielbedrijven zouden dit soort producten nooit alleen kunnen ontwikkelen, daarvoor ontbeert ze de technologische kennis. Net zoals technologische bedrijven dat ook niet alleen zouden kunnen, vanwege het gebrek aan kennis van textiel en design.

Crisp moet die voorheen gescheiden werelden bij elkaar brengen, en daarmee ook de kennis van de verschillende partners. Interdisciplinaire samenwerking, dat is het devies. Daarvoor wordt een breed consortium van bedrijven en kennisinstellingen samengesteld, bestaande uit Technische Universiteit Eindhoven (TU/e), TU Delft, Design Academy Eindhoven, Hogeschool Saxion, Audax Textielmuseum Tilburg, V2, Waag Society, Modint, Stichting Contactgroep Textiel, Unit 040 Ontwerp, Metatronics en De Wever.

In de jaren dat Crisp actief is, van 2011-2015, worden talloze artikelen gepubliceerd en workshops gegeven rond onder andere design, co-creatie, co-reflectie en product-dienstcombinatie, waarbij het delen van kennis en ervaring voorop staan. Uit een van de workshops Wearable Senses, een samenwerking van de projectgroep met modestudenten ArtEZ, zou later het project [Crafting Wearables](#) ontstaan.

people

Oscar Tomico
Project Leader

Borre Akkersdijk

Jesse Asjes

Martijn ten Bhömer

Michelle Baggerman

Pauline van Dongen

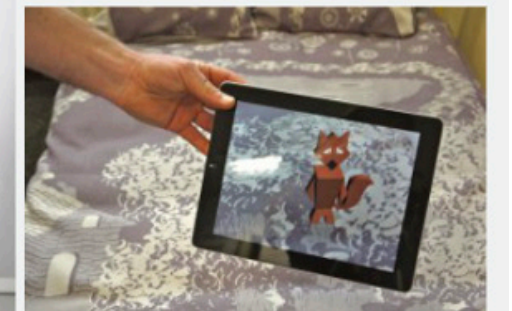
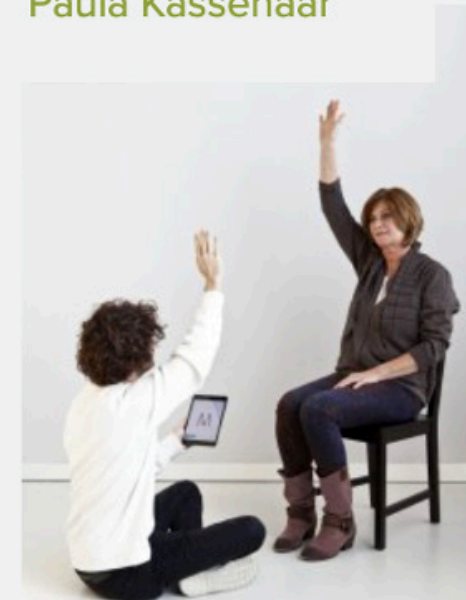
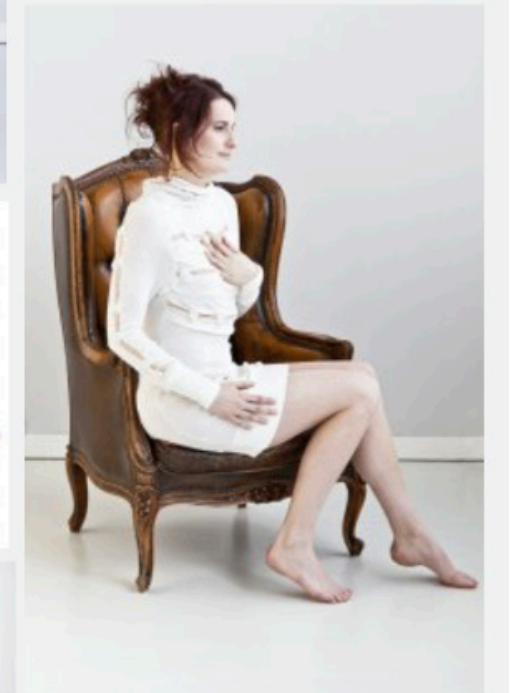
Eunjeong Jeon

Kristi Kuusk

Christine de Lille

Marina Toeters

Paula Kassenaar



Topsectorenbeleid

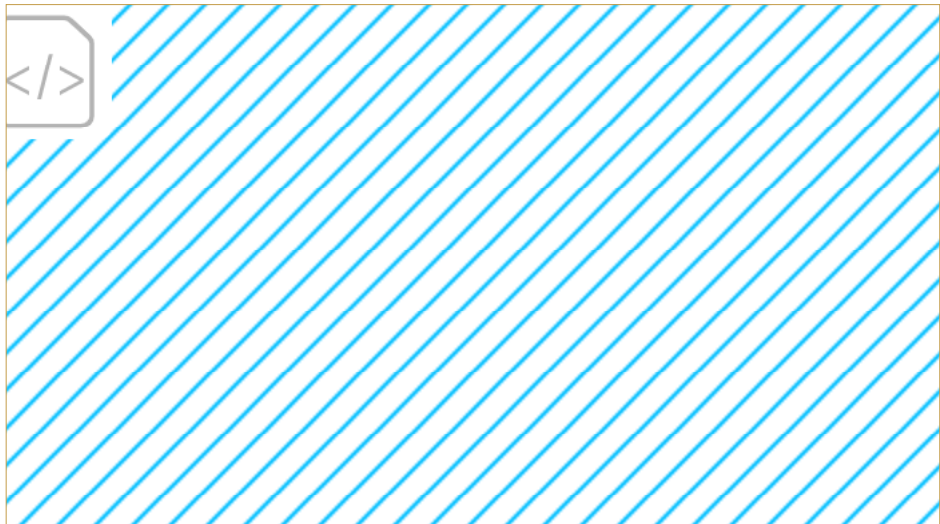
De creatieve industrie is een van de negen sectoren die volgens het kabinet het meest kansrijk zijn om de Nederlandse economie te versterken. Het zijn sectoren waarin Nederland uitblinkt qua kennis, expertise en ervaring, en die ook internationaal veel kansen bieden. Zeker wanneer ze inzetten op innovatie.

Vanaf 2011 ontwikkelt Nederland daarom het topsectorenbeleid, waarin grote en kleine ondernemers in de negen verschillende topsectoren nauw samenwerken met wetenschappers en de overheid. Het gaat -naast de creatieve industrie- om agri & food, chemie, high tech systemen en materialen, energie, life sciences &health, logistiek, tuinbouw en

uitgangsmaterialen, en water & maritiem. Allemaal sectoren waarin fors wordt geïnvesteerd.

De topsectoren zijn geen geïsoleerde eilanden. Het is juist de bedoeling dat ook tussen de verschillende topsectoren samenwerkingsverbanden gaan ontstaan. Voor bepaalde innovaties binnen mode & textiel kan de sector samenwerking zoeken met bijvoorbeeld bedrijven binnen water, energie, logistiek of high tech systemen en materialen. Zo kunnen maatschappelijke uitdagingen worden opgelost en kan de internationale positie van Nederland worden versterkt.

In het innovatienetwerk Next Fashion, onderdeel van [CLICKNL](#)⁴, werken de overheid, het bedrijfsleven en de kennisinstellingen intensief samen om de positie van



de Nederlandse mode- en textielsector⁵ te versterken. En om een aantal hardnekkige problemen in de mode-industrie, zoals verspilling van grondstoffen, overproductie en slechte arbeidsomstandigheden, aan te pakken. Next Fashion levert daarvoor uiteraard geen pasklare antwoorden, maar is vooral een onderzoeksagenda. Een plek waar knelpunten worden gesignaleerd en waar naar oplossingen wordt gezocht. En waar nog prille maar kansrijke oplossingen door samenwerking worden opgeschaald naar een commercieel en industrieel niveau.

Een breed samengesteld team met vertegenwoordigers van bedrijven, overheid en onderzoeksinstituten presenteert in december 2011 de Innovatieagenda Next Fashion. Middels een SWOT-analyse geven zij duidelijkheid over de concurrentiepositie van de Nederlandse modesector. Wat zijn de sterke punten, wat de zwakke, en waar liggen kansen en bedreigingen? Op basis daarvan richt CLICKNL|NextFashion zich op vier innovatiethema's:

- De waarde van mode
- Mode en technologie
- Mode en duurzaamheid
- Versterking van het innovatiesysteem

Als relevante ontwikkelingen voor Next Fashion worden onder andere genoemd grondstoffenschaarste, globalisering, regionale focus, digitalisering, en gezondheid en veiligheid. Hiervoor worden

onderzoeksvragen op een rij gezet en de eerste projectideeën geformuleerd.

De innovatieagenda wordt nadrukkelijk gezien als een begin. Het is de bedoeling dat in de nabije toekomst de agenda en het netwerk nog veel verder worden uitgewerkt.



- | | |
|------------------|----------------------|
| Jose Teunissen | Matthijs Crietee |
| Lucie Huiskens | Hein Daanen |
| Anneke Smelik | Michiel Scheffer |
| Souraya Bouwmans | Elske Gerritsen |
| Noel Maertens | Anton Luiken |
| Gijs van der Lee | Ger Brinks |
| Esther Ruiten | Dominique Brinkhorst |
| Christine Vroom | Berry Kessels |
| Bart Maussen | Monique Roso |

Deelnemers Werktafel Innovatieagenda, december 2011

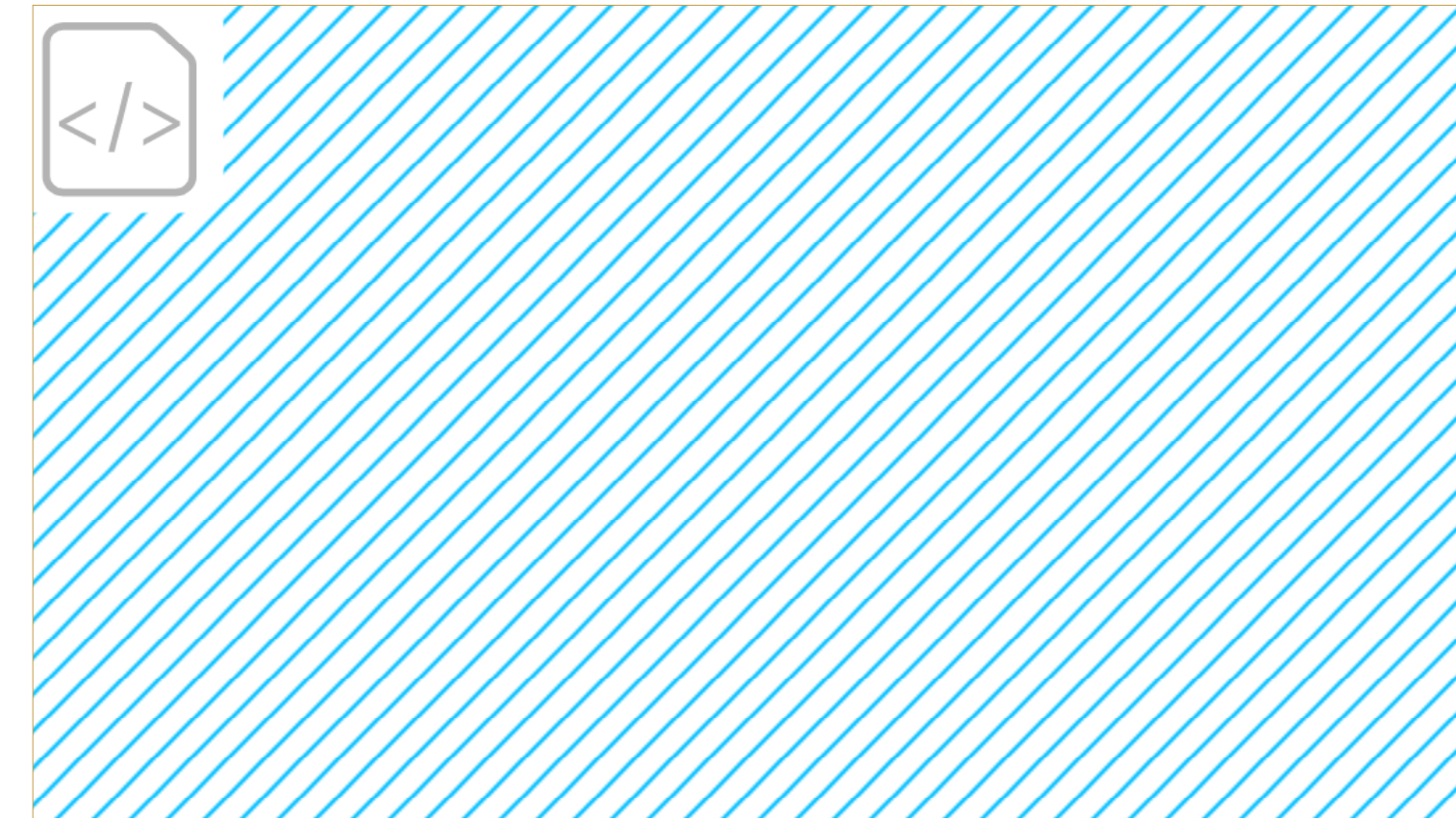
⁴ Elke topsector organiseert een TKI: Topconsortium voor Kennis en Innovatie. CLICKNL is het TKI van de topsector Creatieve Industrie.
⁵ In de mode- en textielsector gaat het naast kleding ook om woning- en huishoudtextiel en industrieel en technisch textiel.

Cyber-couture

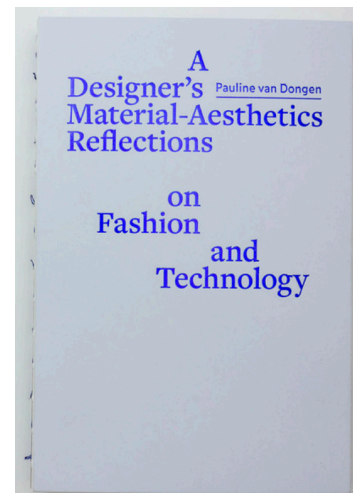
De integratie van mode en technologie is een veelbelovend nieuw domein binnen de creatieve industrie.

Door zonnepanelen, sensoren, microprocessoren, leds of andere elektronica te integreren in kleding of andere textiel kunnen kledingstukken ontstaan met toegevoegde functies, zogenoemde wearables. Denk aan een jas met geïntegreerde verlichting, aan een shirt dat je mobiel op kan laden, aan sportkleding die je hartslag meet. Nederlandse ontwerpers als Pauline van Dongen, Iris van Herpen, Bart Hess, Lucy McRae, Marina Toeters en Anouk Wipprecht lopen in dit domein wereldwijd voorop. Een probleem echter is dat veel ontwerpen niet verder komen dan het onderzoekslab of de catwalk. Of dat de technologie voorop staat, maar dat het modieuze aspect niet uit de verf komt.

Het interdisciplinaire onderzoeksproject *Crafting Wearables*, dat loopt van 2013 tot 2018, moet daar verandering in brengen. Het project brengt verschillende terreinen van mode, technologie, industrie en



wetenschap bij elkaar. En ook partners als Radboud Universiteit, TU Eindhoven, ArtEZ, Philips Research, Modint en het TextielMuseum. Het project moet de kloof dichten tussen theorie en praktijk, tussen experiment en



industrie, tussen ontwerp en productie. Uiteindelijke doel is het ontwerpen en realiseren van wearables die zowel robuust zijn als modieus, en die ook op grotere schaal commercieel kunnen worden geproduceerd.

Crafting Wearables brengt het modeonderzoek op een hoger theoretisch plan, zoals onder andere wordt geïllustreerd door twee proefschriften die in het kader van dit project ontstaan: Pauline van Dongen, [A Designer's Material Aesthetics Reflections on Fashion and Technology](#) (2019) en Lianne Toussaint, [Wearing Technology. When Fashion and Technology Entwine](#) (2018). Beide onderzoeken leveren veel kennis op die door nieuwe generaties ontwerpers kan worden toegepast.

Van onderzoek naar markt

Naast *Crafting Wearables* zijn er in de afgelopen jaren veel meer onderzoeks- en innovatieprojecten geweest. Een aantal daarvan werd ontwikkeld in het kader van het Fieldlab 3D Knitwear, een project gefinancierd door CLICKNL, opgezet door de onderzoeksgroep [Fashion Technology](#) van de Hogeschool van Amsterdam en NL NextFashion & Textiles. En resultaten uit die projecten vinden vaak hun weg naar de markt.

Marina Toeters, bijvoorbeeld, was als ontwerper betrokken bij een aantal onderzoeksprojecten op het gebied van Fashion Tech. Ze staat aan de basis van onder meer [Bilihome](#). Bilihome levert draagbare foterapie middels een rompertje dat is voorzien van medisch blauw licht waarmee geelzucht bij baby's kan worden behandeld.



Pauline van Dongen is co-founder van [Touchwaves](#), een spin-off van Holst Centre. Ook heeft ze [Heliotex](#) ontwikkeld, lichtgewicht zonnentextiel waarin organische dunnefilmzonnecellen zijn verweven, dat ze samen met [Tentech](#) inzet voor toepassing in de bouw.



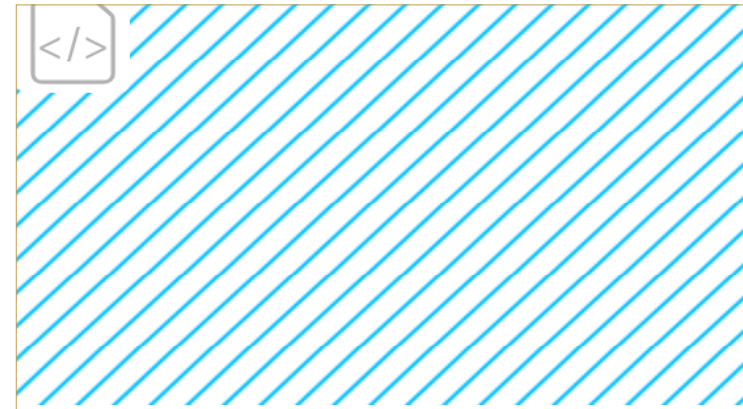
Experimenten omarmen

Duurzaamheid, diversiteit en inclusiviteit komen in de jaren tien nadrukkelijk op de agenda te staan, ook in de sector mode en textiel.

Duurzaamheid, diversiteit en inclusiviteit komen in de jaren tien nadrukkelijk op de agenda te staan, ook in de sector mode en textiel. Het wordt steeds duidelijker dat de hiervoor benodigde innovatie sneller tot stand komt door interdisciplinaire samenwerking en door samenwerking tussen verschillende schakels in de productieketen.

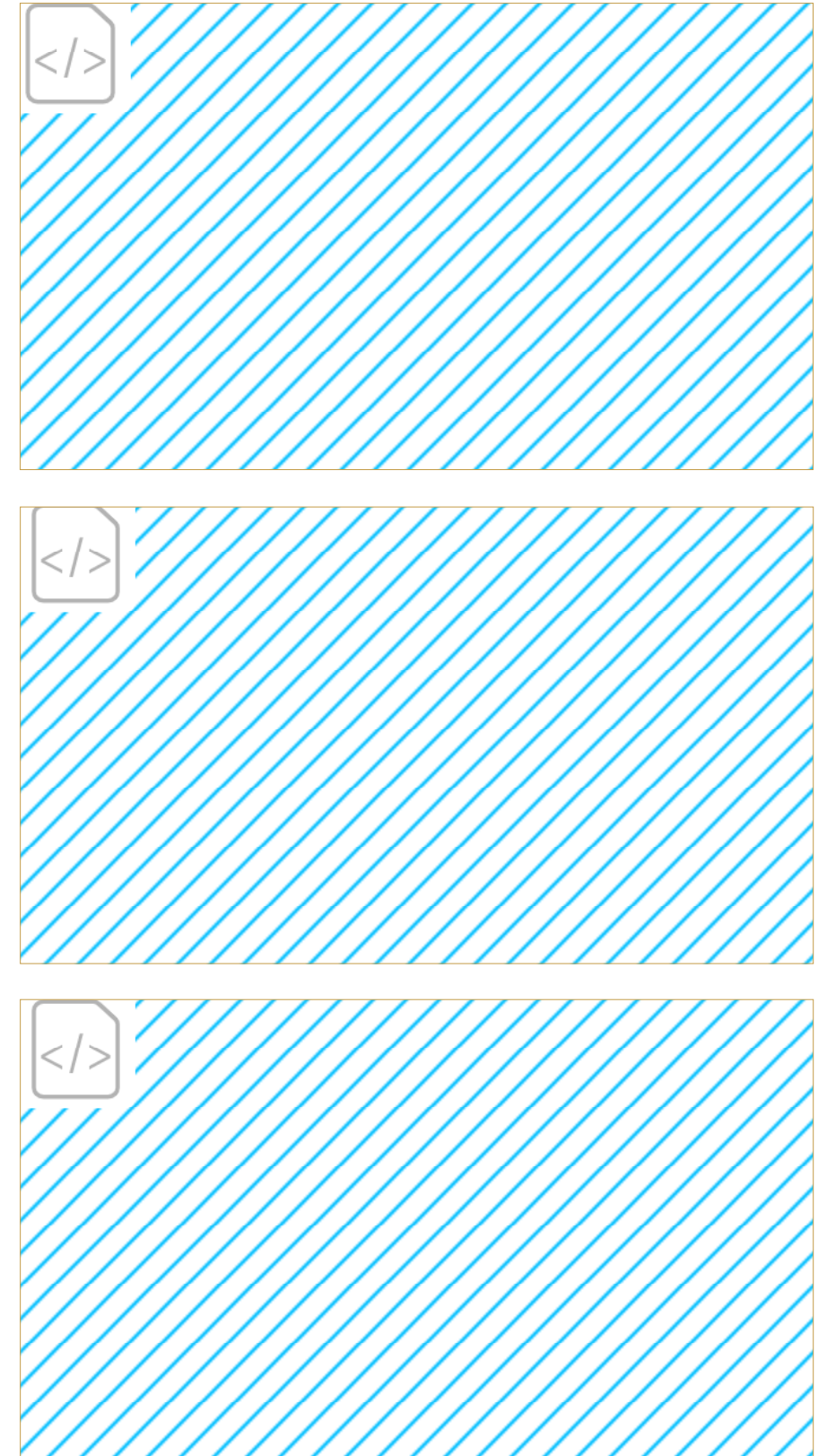
Het in 2015 opgerichte Kenniscentrum Future Makers is een samenwerkingsverband tussen twee lectoraten van ArtEZ: het lectoraat Modevormgeving en het lectoraat Product & Interior Design. Ook Saxion en AMFI worden erbij betrokken. Het initiatief brengt onderzoekers en het bedrijfsleven bij elkaar. Met subsidies van provincie Gelderland, gemeente Arnhem en Regieorgaan SIA⁶ initieert en realiseert Future Makers een aantal onderzoeksprojecten die moeten bijdragen aan een duurzamere en meer inclusieve wereld. Die wereld kan ontstaan door te kiezen voor bijvoorbeeld materialen die langer meegaan en gemakkelijk kunnen worden gerepareerd of gerecycled. Of die op een duurzame wijze in de directe omgeving worden geproduceerd. Daarbij wordt niet alleen gekeken naar optimalisering van de bestaande productieketen, maar wordt er vooral ook gezocht naar nieuwe materialen en productietechnieken. Het experiment wordt niet geschuwd, maar juist omarmd.

In Future Makers werken ontwerpers, bedrijven en kennisinstellingen nauw met elkaar samen, waarbij ook de consument niet wordt vergeten. Aanvankelijk gaat het om vier projecten:



- *Virtual Sizing*, waarin onder andere 3D-bodyscans worden gebruikt om kleding voor mensen in een rolstoel te optimaliseren;
- *Closing the Loop*, en *Going Eco, Going Dutch*, waarin wordt onderzocht hoe van lokale producten als hennep en vlas aantrekkelijke materialen en kleding kan worden gemaakt. Vanwege met name de interdisciplinaire aanpak wordt dit project bij de RAAK-awards onderscheiden met een derde prijs;
- *Composing the New Carpet*, waarin onderzoekers en jonge ontwerpers zich bezighouden met vernieuwing in de nog vaak traditioneel denkende tapijtindustrie.

Later volgen nog onder andere *Passende mode via internet*, een project rond de vraag hoe in webshops kleding virtueel kan worden gepast, zodat het aantal retourzendingen kan worden verminderd. En *Going Circular, Going Cellulose*, waarin wordt onderzocht hoe door het al in een vroeg stadium bij elkaar brengen van ontwerpers en producenten het potentieel van circulair textiel kan worden verbeterd.



⁶ Regieorgaan SIA investeert in praktijkgericht onderzoek van hogescholen en is onderdeel van de Nederlandse Organisatie voor Wetenschappelijk Onderzoek (NWO).

Onmisbaar netwerk

ClickNL|NextFashion wordt vanaf eind 2015 niet langer gefinancierd vanuit het topsectorenbeleid. Maar de deelnemende partners Modint en de hogescholen HvA/AMFI, ArtEZ, Saxion en TMO Fashion Business school zijn zeer tevreden over de in de voorgaande jaren behaalde resultaten en beschouwen de organisatie als onmisbaar voor het Nederlandse modeklimaat. Zij vinden dat het opgebouwde netwerk niet verloren mag gaan en besluiten om samen door te gaan onder de nieuwe naam NL Next Fashion & Textiles. Modint vervult daarin een centrale rol als penvoerder, organisator en verbinder tussen de kennisinstellingen en bedrijven.

Het modenetwerk actualiseert zijn innovatieagenda en profileert zich als service- en informatiepunt voor de mode- en textielbranche voor onderzoek en innovatie in de meest brede zin van het woord, met als speerpunten design, duurzaamheid en digitalisering. Belangrijk daarin zijn de door Modint georganiseerde bijeenkomsten *Powered by CLICKNL*. In deze kennissessies komen bedrijven en kennisinstellingen bij elkaar om actuele ontwikkelingen te bespreken, met name op de gebieden duurzaamheid en digitalisering. Zo zijn er sessies over onder andere digitale technologie, circulaire businessmodellen, consumentengedrag, data-analyse in de toeleveringsketen, Europese wetgeving rond bijvoorbeeld het Digital Product Passport en producttransparantie.

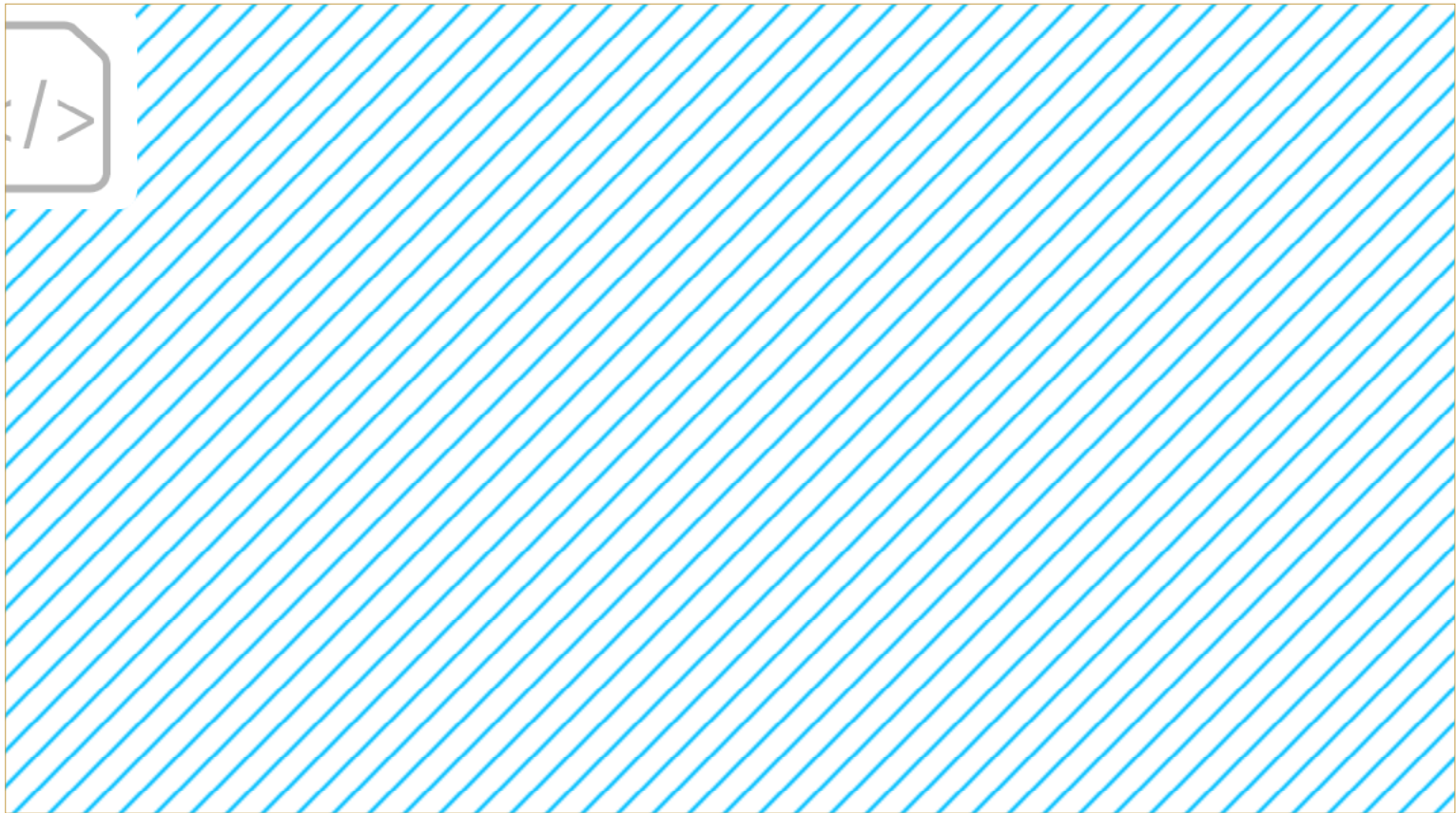
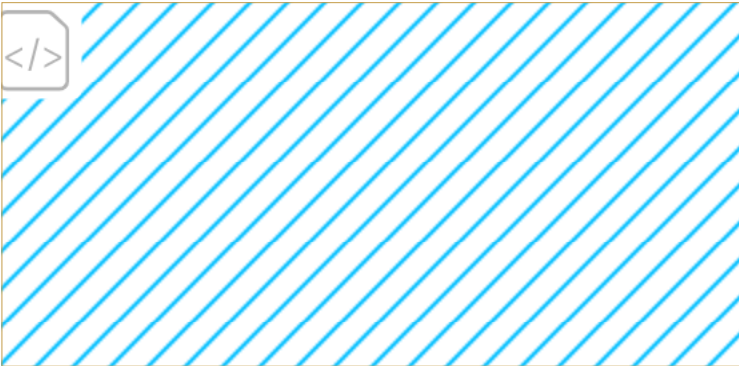
De sessies zijn vaak opgezet als rondetafelgesprekken of symposia. Hierdoor krijgen deelnemers ruimte om vanuit verschillende perspectieven ervaringen te delen en gezamenlijk te werken aan oplossingen voor allerlei problemen en uitdagingen. Zo kunnen er ook nieuwe samenwerkingsverbanden ontstaan en worden

er nieuwe projecten opgezet, zoals fieldlabs en convenanten.

Modint zorgt er ook voor dat de nieuw ontwikkelde kennis zoveel mogelijk met de gehele sector wordt gedeeld. Zo begeleidt het bijvoorbeeld bedrijven die duurzamer willen gaan werken met hulpmiddelen als de EcoTool en de publicatie Sustainable material guide.

Een van de andere initiatieven van NL Next Fashion & Textiles is de oprichting van NETFAS, een Europees netwerk van hogescholen op het gebied van mode en

textiel. NETFAS wordt de eerste jaren voorgezeten vanuit Saxion⁷, het secretariaat berust bij Modint.



Convenant Duurzame Kleding & Textiel

De wereld reageert geschokt wanneer op 24 april 2013 in Bangladesh Rana Plaza instort, een acht verdiepingen tellend gebouw waarin voornamelijk textielfabrieken zijn gevestigd. Er vallen meer dan 1.100 doden en ruim 2.500 gewonden. In één klap wordt duidelijk hoe slecht de arbeidsomstandigheden zijn waarin veel textielarbeiders moeten werken. Dat moet anders, is wereldwijd de overtuiging. Vanuit organisaties als de VN, de OESO en de EU klinkt de roep om strengere eisen aan de productie van kleding en textiel.

In Nederland ondertekent een brede coalitie van brancheorganisaties, vakbonden, overheid en maatschappelijke organisaties in 2016 het [Convenant Duurzame Kleding & Textiel](#). Daarmee schaaft Nederland zich in de voorhoede van landen die streven naar een maatschappelijk verantwoordelijke textielproductie.



⁷ Vanaf medio 2024 is Alexandra De Raeve van Hogeschool Gent voorzitter.



Samen sneller circulair

De transitie naar een circulair kleding- en textielsysteem in Nederland moet veel sneller, daarover zijn veel bedrijven, kennisinstellingen en andere organisaties in het veld het wel eens. Europese regelgeving wordt steeds strenger, maar er is ook een duidelijk groeiend besef van de eigen verantwoordelijkheid. Dat leidt in 2019 tot de oprichting van [Dutch Circular Textile Valley](#) (DCTV), een samenwerkingsverband van onder andere Modint, Fashion for Good, Circle Economy, ABN Amro, MVO Nederland en Het Groene Brein. Ook het ministerie van Infrastructuur & Waterstaat en brancheorganisatie INretail zijn erbij betrokken. DCTV is niet zelf actief bezig met innovatie op het gebied van circulariteit, maar brengt partijen bij elkaar.

Kennis van circulair textiel is bij bedrijven door het hele land te vinden, met verschillende regionale accenten. DCTV wordt daarom ingericht volgens een hubstructuur, met vier verschillende hubs: Amsterdam, Arnhem/Wageningen, Tilburg en Twente⁸. Deze vier regio's werken nauw met elkaar

samen, allemaal vanuit hun eigen expertise. Voor die samenwerking worden een aantal zogenoemde transitiepaden gecreëerd. Deze hebben betrekking op onder andere het minder en langer gebruiken van materialen, op regeneratieve materialen, recycling, en innovatief en circulair design.



DCTV streeft naar een steeds intensievere samenwerking tussen de verschillende partijen. Daarvoor wordt in mei 2024 het Ketendoorbraaktraject Circulair Textiel in het leven geroepen. Hierin moeten innovaties op nationale en internationale schaal worden herkend en begeleid van pril initiatief naar een grotere schaal.

⁸ In respectievelijk 2024 en 2025 zijn Rotterdam en Groningen toegetreden als hub.

Onderzoek en praktijk

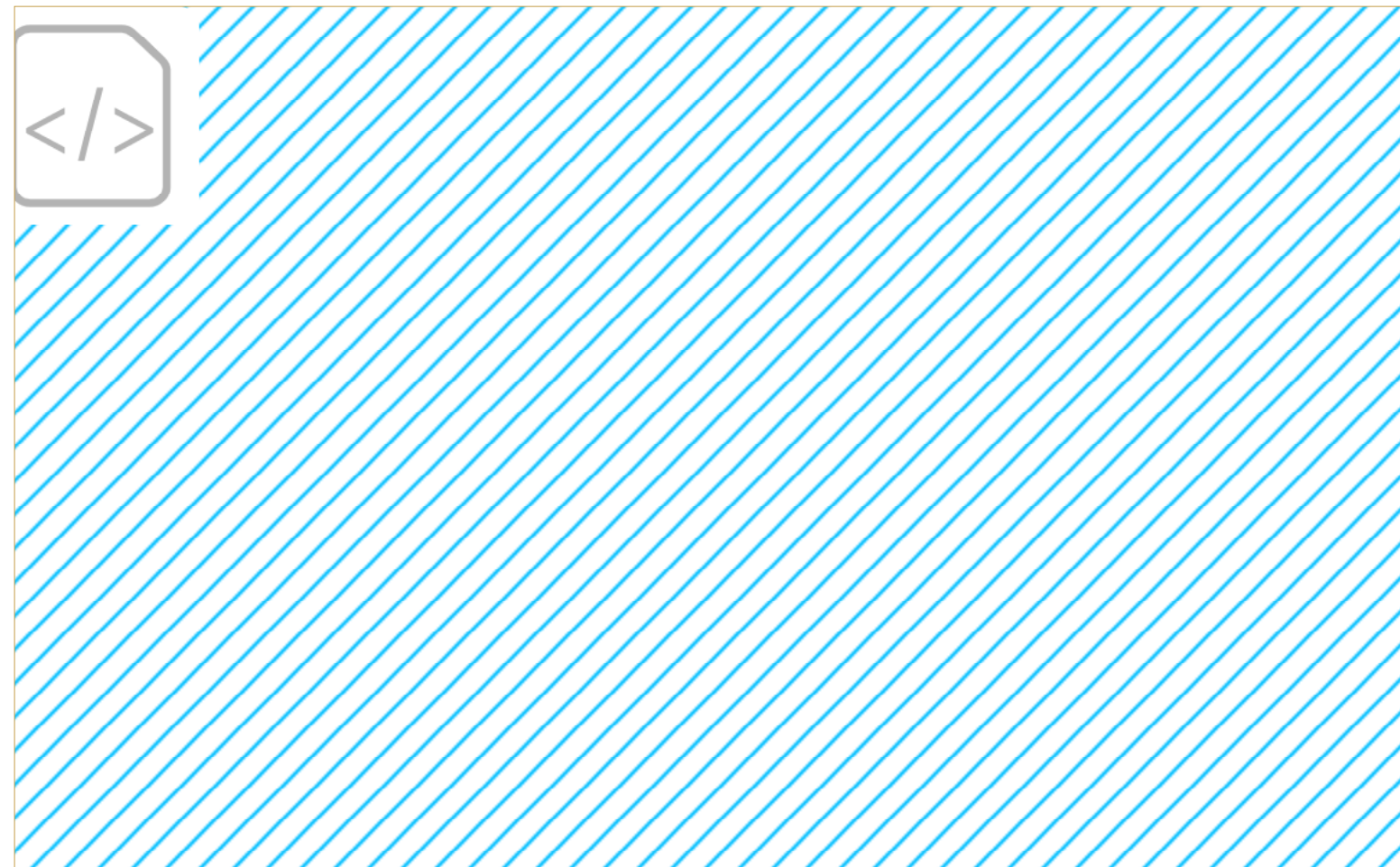
De zo gewenste en noodzakelijke transitie naar een circulaire kleding- en textielsector gaat zeker niet vanzelf plaatsvinden, maar kan alleen slagen met behulp van ondersteunend onderzoek.

Daarvan zijn de drie Nederlandse hogescholen op het gebied van mode en textiel, Amfi, ArtEZ en Saxion, overtuigd. Ze zien hierin ook een grote rol voor henzelf en hun vijf lectoraten. Dat zijn Fashion Research & Technology en Fashion Design & Identity van Amfi; Tactical Design en Fashion van ArtEZ; en Sustainable & Functional Textiles van Saxion. Onder de naam [NewTexEco](#) bundelen ze

vanaf januari 2023 hun kennis en expertise in een nieuwe onderzoeksgemeenschap, waar ook ruim dertig praktijkpartners deel van uitmaken.

NewTexEco wordt mogelijk gemaakt door een achtjarige SPRONG-subsidie⁹ van NWO/SIA, waarmee wetenschappelijk onderzoek sterker wordt verankerd binnen het domein van de hogescholen.

Door de onderzoekexpertise van de verschillende lectoraten met elkaar te verbinden, worden ook de werkvelden ontwerp, productie en circulaire business bij elkaar gebracht.



Samen met de praktijkpartners kunnen zo brede onderzoeksvoorstellen worden geïnitieerd. Onderzoeksvoorstellen die nieuwe kennis opleveren, maar soms ook bestaande kennis op een andere manier inzetten.

Binnen [NewTexEco wordt bijvoorbeeld onderzoek](#) gedaan naar de inzet van digitale productpaspoorten (DPP's) en Molecular Digital Physical Product paspoorten (M-DPP) voor de mode- en textielsector. Dit soort paspoorten geven inzicht in de herkomst en samenstelling van kleding. Ook wordt er onderzoek gedaan naar de rol die onderhoud en reparatie kunnen spelen en welke andere factoren van belang kunnen zijn om ervoor te zorgen dat kleding langer meegaat.

De resultaten van de onderzoeken worden zoveel mogelijk toegepast bij de praktijkpartners. En ze worden uiteraard altijd gedeeld met studenten, docenten en het werkveld.

NewTexEco is -zoals hierboven al beschreven- ook nauw betrokken bij de ontwikkeling van het Actieplan Circulair Textiel dat in september 2025 bij de Circular Textile Days werd gepresenteerd en nogmaals in oktober tijdens de Dutch Design Week.

⁹ Het SPRONG-programma is opgezet om de onderzoeksinfrastructuur van hogescholen verder uit te bouwen. De subsidie is niet bedoeld om onderzoek mee te financieren, maar om de randvoorwaarden voor praktijkgericht onderzoek te versterken.

Afsluiting

NewTexEco en het *Actieplan Circulair Textiel* zijn slechts enkele van de meest recente voorbeelden van samenwerking binnen de sector mode en textiel. Gezamenlijke innovatie en onderzoek hebben inmiddels een stevige plek gekregen, met steeds meer zichtbare resultaten. Op papier, op de catwalk, in de winkel, en op straat. Deze geschiedenis is dan ook zeker geen voltooid verleden tijd, maar wordt nog dagelijks verder geschreven.

Verantwoording beelden

Om verandering en vernieuwing in de mode- en textielsector te bewerkstelligen is samenwerking, inter-, multi, transdisciplinaire samenwerking in de gehele keten noodzakelijk, of zoals ik het graag noem: genereuze samenwerking over disciplines, achtergronden en belangen heen. In de selectie van de video's heb ik vooral gezocht naar voorbeelden waarin zichtbaar is hoe ontwerpers, onderzoekers, bedrijven en beleidsmakers samenwerken aan innovatie.

Ter inspiratie en navolging.

Incie

Colofon:

Idee: Lucie Huiskens en Troy Nachtigall
Archiefonderzoek: Lucie Huiskens en Rens Tap
Tekst: Jos Arts
Vormgeving: Ezra van Rijssen

