

A fashion show runway scene. In the foreground, a model wears a shimmering, dark, short-sleeved dress. In the background, another model is seen from behind, wearing a dark, flowing gown. The runway is lit, and the background is a simple, light-colored wall.

dutch sustainable
FASHION WEEK

24 – 30
september
2020
7e editie

75% van de Nederlandse bevolking wil duurzamer leven, maar weet niet goed hoe ze dit moeten doen.

Dit jaar vindt de zevende editie van de Dutch Sustainable Fashion Week plaats. De landelijke bewustwordingscampagne die aandacht vraagt voor alle duurzame ontwikkelingen in de textielindustrie met als doel de transitie richting een duurzame sector te stimuleren.



Facts & Figures

DSFW 2019 heeft veel losgemaakt in de modewereld en een **onwijs bereik** gegenereerd.

Hier zijn we trots op. Deze mooie cijfers motiveren ons om in 2020 met een nog veel groter bereik stappen te zetten in de verduurzaming van de mode-industrie.



> 3 miljoen
personen bereikt

DSFW 2019 bereikte meer dan 3 miljoen personen via social en traditionele media. Het enorme bereik zorgt ervoor dat DSFW samen met haar partners grote impact kan maken met een duurzame boodschap.



> 12.000 bezoekers

Het lokale programma en de openingsshow van 2019 trokken ruim 12.000 bezoekers, waaronder mediapersoonlijkheden, landelijke media, bloggers, influencers en veel mensen met een brede interesse voor verduurzaming in mode. De Sustainable Fashion Route leidde deelnemers langs honderden winkels en lokale initiatieven waar o.a. workshops en lezingen werden gegeven.



Landelijke Media-aandacht

In de aanloop naar DSFW 2019 hebben veel media aandacht besteed aan het duurzame event. Kim Feenstra sprak hierover als ambassadeur bij verschillende radiostations en tv-programma's. Het evenement zelf werd breed uitgemeten in landelijke media waaronder RTL Boulevard, Elle, NSMBL en &C.

(achterin dit document vindt u een toelichting hierop)



De unieke toegevoegde waarde van de DSFW is:

- Het commitment vanuit het MKB
- Het grote consumentenbereik
- De samenwerking met vele toonaangevende influencers
- De samenwerking met de brancheverenigingen, gemeenten en provincies

Regionaal

De DSFW vindt het belangrijk dat duurzame mode onder de aandacht wordt gebracht binnen heel Nederland en zoekt daarom samenwerking met verschillende steden. Overheids- en onderwijsinstellingen sluiten massaal aan bij de DSFW. Ieder jaar groeit de belangstelling vanuit deze organisaties. Zo hebben gemeenten als Haarlem, Eindhoven, Enschede, Den Haag, Zwolle, Groningen, Tilburg, Leiden, Amsterdam en Deventer zich in voorgaande jaren gecommitteerd aan de DSFW.

DOET U MEE?



De voordelen voor uw bedrijf bij deelname aan de DSFW:

1. U krijgt een podium om uw duurzame verhaal te vertellen
2. U krijgt veel zichtbaarheid via shoppingroutes, media, ambassadrices, influencers, online kanalen en meetings
3. U kunt hiermee meer traffic naar de (online en offline) shops krijgen
4. We geven gezamenlijk de sector een positief en eerlijker beeld tav alle inspanningen die worden gedaan om te verduurzamen door een grote groep mainstream brands
5. U ontvangt veel gratis informatie en advies tijdens deze week en u vergroot uw netwerk in sustainable fashion

DOET U MEE?

Deze oproep is aan alle modebedrijven in Nederland (damesmode, herenmode, kids fashion, tassen, schoenen en lifestyle), die een slag maken in verantwoord ondernemen.

Dat kan gaan over uw duurzame winkelconcept, over duurzame artikelen of over aansluiting bij het convenant of organisaties als Fair Wear Foundation. U kunt mee doen als u het verhaal achter uw collecties wilt vertellen, online en/of in de winkel.

Note: We vermelden expliciet dat we transparantie en communicatie stimuleren. We claimen niet dat bij gebruik van het logo alle kleding in de winkel of collectie 100% duurzaam is. We vragen alle deelnemende bedrijven aan te geven wat er goed gaat en waar nog uitdagingen zijn. We nodigen consumenten uit tips te geven aan hun favoriete merk/winkel.

Basis programma (zie overzicht)

In de loop der jaren hebben we een aantal basisprogramma-onderdelen ontwikkeld, welke in de regio bijdragen aan een optimale zichtbaarheid van de campagne en de bewustwording onder de burgers positief beïnvloed.

Naast deze basisprogramma-onderdelen nemen jaarlijks gemeenten deel en organiseren eigen activiteiten, zoals Fashion Shows met regionale ondernemers of designers, lezingen, exposities, swop parties e.d.

Donderdag 24 september	Feestelijke opening Met aandacht voor de nieuwste ontwikkelingen in de branche ism de ambassadrices
Gedurende de week, 24-30 september	De duurzame winkelstraat In één oogopslag worden duurzame winkel-opties per regio in kaart gebracht. Ook uw online shop is makkelijk te vinden. Dit gebeurt in samenwerking met de branche-verenigingen. Een unieke kans voor merken en retailers om ervoor te zorgen dat ook hun duurzame visie en aanbod zichtbaar wordt!
Maandag 28 september	Business Dag Een dag vol met (online) inspiratie- en informatiesessies voor merken, retailers en andere stakeholder. Deze dag focussen we ons op transparantie en communicatie.
Dinsdag 29 september	Organisatie Dag van de Docu Documentaire(s) worden getoond over duurzame mode met een after programma zoals een paneldiscussie
Woensdag 30 september	Kids dag De ‘next generation’ is voor ons een belangrijke focusgroep. In de verschillende regio’s nemen scholen en verenigingen deel met diverse activiteiten.



CRITERIA VOOR DEELNAME:

- U heeft een retailbedrijf in damesmode, herenmode, kindermode, tassen, schoenen, lifestyle (textiel) en/of accessoires.
- De retailer biedt transparante informatie aan haar klanten over de achtergrond van haar merk(en) en collecties.
- Winkelmedewerkers hebben de benodigde basiskennis over duurzaamheid in deze branche, om de klanten hier op een juiste wijze over te kunnen informeren. Deze informatie kunnen zij vooraf via een tweedaagse training zichzelf eigen gemaakt en zetten ze vervolgens actief in de praktijk in.
- De retailer formuleert twee concrete doelstellingen/ focus punten en communiceert hier actief over richting haar klanten

Communicatiepakket

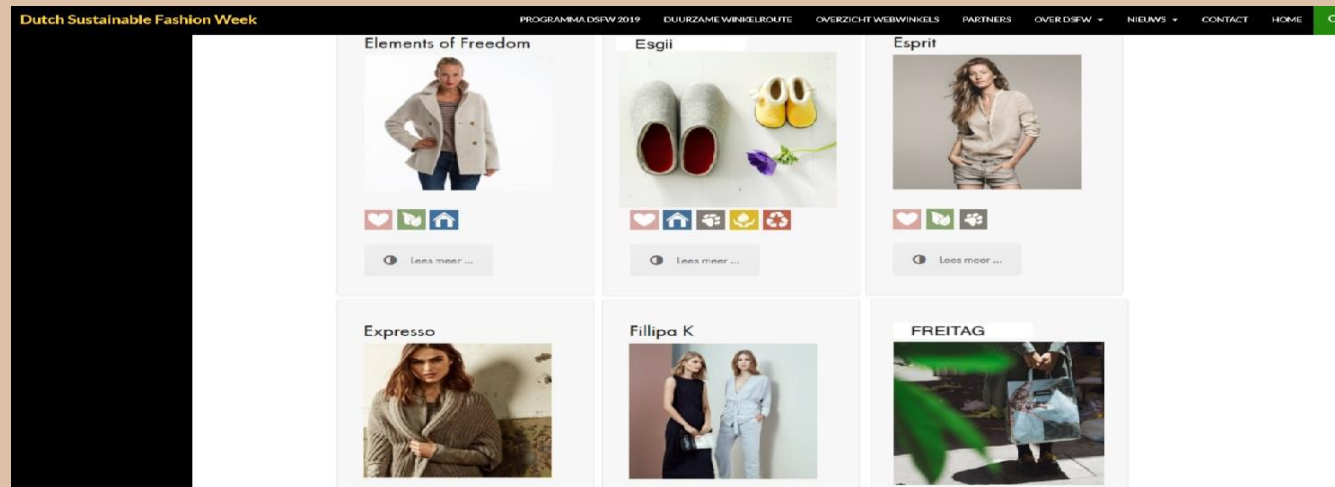
	Kosteloos deelnemer	Plus Partner
Universeel logo tbv pui en online	ja	ja
Deelnamevermelding online	ja	ja
Promotie deelname social media	ja	ja
Eigen retailpagina op website DSFW, welke het hele jaar actief blijft	nee	Ja, 400 EUR
<u>Individuele</u> samenwerking Influencers, ambassadrices	nee	Ja, kosten ntb
online training aan merken/private label bedrijven: communicatie over duurzaamheid aan retail	nee	Ja, op maat , kosten ntb
Gratis Hand-out van Inretail en Modint met daarin: Inkoopwijzer, Factsheet Fabrics, Duurzame winkelconcepten	ja	ja
Gebruik huisstijl, plus toonbankkaarten tbv open dialoog met klanten	Downloaden van basismateriaal	Ja, op maat, kosten ntb
Kosteloze deelname Business Dag, incl webmeeting Transparantie & Communicatie voor merken en retail	ja	ja

UNIVERSEEL LOGO



Deelnemende modebedrijven ontvangen een uniform logo, waarmee de deelname heel herkenbaar wordt gecommuniceerd op de winkelpui en online. Ook dit jaar wordt, ism een communicatiebureau, een pakkend logo ontwikkeld waarmee u aangeeft met u klanten te willen communiceren over de duurzame stappen die u maakt en de duurzame ambities en uitdagingen die u hierin heeft.

DEELNAMEVERMELDING ONLINE EN VIA SOCIAL MEDIA



De deelnemende modebedrijven worden vermeld op de website van de DSFW, met gemiddeld ruim tien duizend bezoekers, met name tijdens de week. Tevens vermelden we de deelnemers op onze social media kanalen.

EIGEN RETAILPAGINA OP WEBSITE DSFW



De deelnemende modebedrijven hebben de mogelijkheid om een eigen landingspagina aan te maken binnen de website van de DSFW. Deze wordt speciaal uitgelicht en gepromoot. Deze pagina geeft de mogelijkheid om bijzondere ontwikkelingen en/of de ambities en uitdagingen specifiek uit te lichten en online te communiceren aan het publiek. Dit is dan ook een mooi extra middel om uw klanten informatie te verschaffen over de achtergrond van uw merk/ winkelaanbod.

INDIVIDUELE SAMENWERKING INFLUENCERS



De DSFW werkt al jaren samen met bevrogen influencers die samen met ons aandacht willen vragen voor dit thema. De deelnemende modebedrijven hebben de mogelijkheid om een individuele (promotionele) samenwerking aan te gaan. De vorm van deze samenwerking wordt in overleg met de betreffende influencer bepaald.

ONLINE TRAINING: COMMUNICATIE OVER DUURZAAMHEID



De deelnemende modebedrijven hebben de mogelijkheid om een op maat gemaakte training in te plannen in aanloop naar de Dutch Sustainable Fashion Week. Dit helpt hen om de kennis en informatiestroom naar hun klanten te optimaliseren.

HAND-OUT INRETAIL EN MODINT

DRIE TIPS VOOR DUIDELIJKHEID OVER DUURZAAMHEID

Het kan lastig zijn: antwoord geven op de vraag waar producten vandaan komen en hoe ze zijn gemaakt. **Maatschappelijk verantwoord ondernemen** en **duurzaamheid** houdt steeds meer mensen bezig. Wen er maar vast aan. In onze maatschappij wordt **transparantie** steeds belangrijker. En steeds vaker zul je daarom antwoorden moeten geven op vragen die gaan over verantwoordelijkheid die jij neemt bij de inkoop. Door **duidelijk en eerlijk** te zijn over bijvoorbeeld de herkomst van producten, creëer je **verkoopkansen**. Een aantal tips:

- **Waar is het geproduceerd?**

De plek zegt lang niet alles, maar wel iets over (soorten) risico's. De kans op misstanden zijn bij een productielocatie in Bangladesh groter dan in bijvoorbeeld Macedonië. Op de site van www.fairwear.org kun je per land lezen welke sociale thema's er spelen.

- **Hoe is het geproduceerd?**

Het is de vraag of de merken in jouw winkel onderworpen worden aan controles die op verzoek van het merk zelf worden gedaan in de fabrieken. Vraag je leverancier of controles worden gedaan en wie dit doen. Via sites kun je checken of merken zijn aangesloten bij duurzame initiatieven zoals:

Made-by:	www.made-by.org/partner-bra
BSCI:	www.bsci-intl.org/about-bsci
Fair wear Foundation:	www.fairwear.org
Ethical trade	www.ethicaltrade.org

- **Uit welke materialen bestaat je inkoop?**

De deelnemende modebedrijven ontvangen een gratis Hand-out van Inretail en Modint met daarin: Inkoopwijzer, Factsheet Fabrics, Duurzame winkelconcepten. Dit ondersteunt de deelnemende modebedrijven in hun communicatie en transparantie naar hun klanten.

GEBRUIK HUISSTIJL



De deelnemende modebedrijven hebben toegang tot de huisstijl elementen van de Dutch Sustainable Fashion Week, om optimaal kenbaar te maken dat ze hieraan deelnemen. Dit betreft materiaal dat in de winkel gebruikt kan worden, maar ook op de website en social media. Tevens zijn toonbankkaarten beschikbaar om een open dialoog met klanten op gang te krijgen.

Kosteloze deelname Business Dag



In 2019 werd de aftrap van de jaarlijks terugkerende Business Dag georganiseerd. Tijdens de DSWF organiseren we deze Business Dag voor modebedrijven om kennis te delen en inspiratie op te doen, en hen hiermee te ondersteunen in hun keuzes en uitdagingen omtrent de verduurzaming. Dit jaar zal ism Modint en Inretail een mooi programma van paneltalks worden georganiseerd. Inclusief een webmeeting 'Transparantie & Communicatie voor merken en retail.

VOORBEELDEN EN INSPIRATIE ACTIVITEITEN

De afgelopen jaren hebben uitgewezen dat modebedrijven die duurzame activiteiten in hun winkel of samen met een winkel-/ondernemersvereniging opzetten, hier veel profijt van hebben. Onderstaand enkele Best Practices tav de duurzame concepten:



Repair service



Duurzaam
kledingadvies event
ism stylist



Uurtje sparren met
MVO manager



Achtergrond van
één of enkele
artikelen uitlichten



SWOP service



Dagelijks online
duurzame style
collage

DSFW begon zes jaar geleden met het uitzetten van winkelroutes in alle grote winkelsteden om daarmee consumenten handelingsperspectief te bieden en inzicht te geven in de Nederlandse markt op het gebied van duurzame mode.

Inmiddels omvat de DSFW vele aansprekende activiteiten op nationaal en lokaal niveau. Van documentaires tot debatten, van tours langs duurzame winkels en makers tot kledingruil.

Deze activiteiten spreken een steeds bredere doelgroep aan. Het totale mediabereik van de DSFW is ruim 3.000.000.



Bereik bestaande uit:

- bereik eigen kanalen (website, social media, nieuwsbrief); **10.000**,
- samenwerkingspartners (influencers, ambassadeurs); **> 1.000.000**,
- mediapartners (&C, FashionUnited, Oneworld, etc.); **> 400.000**,
- strategische partners (sublime, Inretail, HEMA); **> 1.000.000**,
- traditionele media (Tv, radio & print); **> 300.000**
- en event bezoekers; **> 12.000**.

Ambassadeurs

De DSFW wordt ondersteund door diverse ambassadeurs in de aanloop naar en tijdens de campagneweek. De ambassadeurs bestaan onder andere uit: Kim Feenstra, Katja Schuurman, Floortje Dessing, Sanne Vogel, Jennifer Hofman, Sophie Hilbrand en Loes Haverkort. De ambassadeurs dragen bij aan het bereik van de DSFW door hun sociale kanalen in te zetten vlak voor en tijdens de DSFW. Doordat veel BN'ers de activiteiten de DSFW bijwonen wordt daarmee extra mediabereik gegenereerd.

Mediapartnerschap Marie Claire en &C

In 2016, 2017 en 2018 heeft de DSFW samengewerkt met het modeblad Marie Claire. Het oktobernummer stond deze jaren in het teken van duurzame mode. DSFW kreeg ruimte in de gedrukte uitgave om het programma en achterliggende gedachte van de DSFW toe te lichten. In 2019 gingen we een partnerschap aan met de mediapartner &C. Wegens de sterke online profilering van &C is dit een geschikte partner voor de DSFW om een bredere en jongere doelgroep aan te spreken. Dit blad en tevens online platform is gericht op vrouwen tussen de 18 en 48 jaar en heeft de afgelopen drie jaar, sinds de oprichting, een grote community opgebouwd. Er is online veel aandacht besteed aan de programmering van de DSFW d.m.v. winacties en content. Naast &C zijn ook andere media aangesloten bij de DSFW, zoals FashionUnited, Sublime FM, OneWorld en Textilia. Traditionele media uitgevers als de Persgroep, TMG, RTL en NPO besteden ook ieder jaar aandacht aan de DSFW. Dit jaar kijken we graag naar de mogelijkheden voor een partnership met een weekblad als Grazia. Een weekblad geeft nog meer mogelijkheden om juist in de betreffende week de aandacht te vragen voor het thema duurzaamheid.

GENAAID

In 2018 bracht NPO3 met de EO het belang van duurzame mode onder de aandacht via het programma GENAAID. De vijf deelnemers, jonge ontwerpers en influencers, kregen de kans om een duurzame collectie te ontwikkelen mits zij eerst zelf ondervonden hoe het er aan toe gaat in de modebranche. Samen met presentatrice Jennifer Hoffman reisden zij af naar Myanmar waar zij in dezelfde omstandigheden als het personeel werkten op katoenvelden, fabrieken en een leerlooierij. Na deze schokkende ontdekkingsreis ontwikkelden de kandidaten onder begeleiding van Sjaak Hullekes een duurzame collectie die exclusief getoond werd tijdens de Dutch Design Show van de DSFW 2018. Door deze uitzendingen ontving de DSFW vele positieve reacties van (jonge) consumenten die opzoek zijn naar handvatten en concrete tips, ook groeide het aantal volgers na elke uitzending. De interesse in duurzame mode is bij vele jongeren duidelijk gewekt en de positie van de DSFW als autoriteit binnen de duurzame modebranche is verder versterkt. Gemiddeld werd het programma door zo'n 270.000 huishoudens bekeken.

Doet u mee en maakt u **samen met ons** de
fashion industrie duurzaam?

dutch sustainable
— — — FASHION WEEK — — —