

De Kledingbibliotheek (Utrecht)

‘Het ziet eruit als een kledingwinkel, het werkt als een bibliotheek, maar het is eigenlijk de hele grote inloopkast die je altijd al wilde.’

(1) Inleiding

De Kledingbibliotheek is een plek in Utrecht waar mensen unieke designerkleding, duurzame fair-trade outfits en leuke tweedehands stukken kunnen lenen. Het werkt als het concept van een normale bibliotheek, maar dan met kleding. Deelnemers lenen kleding en na vier weken dragen wordt dat bij de Kledingbibliotheek in de wasmand gegooid en kan weer wat anders geleend worden. Mensen worden lid en krijgen een Kledingbibliotheek-pas. Er zijn drie typen abonnementen die recht geven op het meer of minder kunnen lenen van kleding. Daarnaast biedt de kledingbibliotheek i.s.m. een groeiende groep designers designerstukken aan van oude afgedankte kleding. De Kledingbibliotheek is in 2014 opgericht door drie dames.

(2) Principes

Een van de belangrijkste principes die meespeelt, is dat wij als maatschappij meer kunnen delen met elkaar. De samenleving wordt gekenmerkt door bezit. De oprichters van de Kledingbibliotheek willen juist dat de mensen in de samenleving meer met elkaar in verbinding komen te staan, gaan ruilen, delen en samen gebruiken wat we al hebben. Tweedehands kopen is al goed, maar het delen van een kledingkast in een stad is nog veel duurzamer. Het is niet nodig altijd alles nieuw te kopen en te produceren; we kunnen ook hergebruiken en recyclen. Het delen van een grote kledingkast is het centrale idee, dat wordt gedeeld met verschillende mensen en organisaties. Het initiatief biedt een groeiend aantal jonge designers een platform. Daardoor biedt het kansen voor ontwerpers die niet achter de huidige fast-fashion trendlogica staan en hun kleding op een sociale en duurzamere manier willen aanbieden. De drie oprichters hebben allemaal een andere achtergrond, waardoor zij verschillende principes hebben. Maud is een idealistische sociologe. Zij wilt de deeleconomie stimuleren en een andere manier van samenleven creëren. Karin is biologe en wil een zo duurzaam mogelijke wereld creëren. Evita is kunstmanager en wil modeontwerpers betere kansen bieden en iets veranderen aan het huidige, in haar ogen verouderde retail systeem.

(3) Ontwerp

Het idee is eind maart 2014 ontstaan. Het systeem dat zij bedachten zou ideaal zijn om mensen meer te laten delen. Er wordt gewerkt vanuit het idee dat *toegang tot en gebruik van* kleding handiger en duurzamer is dan het *bezit* van allerlei kleding. De Kledingbibliotheek is eigenlijk een grote kledingkast die mensen kunnen gebruiken. In mei van dat jaar is er een website over de Kledingbibliotheek online gekomen en dat is direct door de media opgepikt. Eind augustus was er een pand gevonden en in december van

datzelfde jaar ging de bibliotheek open. De Kledingbibliotheek is gevestigd in een pand met allemaal andere ondernemers. Er zijn werkplekken van creatieve ondernemers met allemaal een eigen invalshoek.

Momenteel is de Kledingbibliotheek nog een project naast studies en banen. Het is in een korte tijd opgezet en ontwikkelt zich nog steeds. Op dit moment is het een non-profit stichting. De huur en overige kosten kunnen worden betaald. Om te bewijzen dat het werkt moet het eigenlijk meerdere jaren draaien. Een van de aspecten is bijvoorbeeld ook een salaris verdienen (brood op de plank). Zover is het nog niet.

In de Kledingbibliotheek wordt gebruik gemaakt van verschillende transactievormen. Het lenen van kleding staat centraal. Toch komen er langzaam ook andere transactievormen bij. Er worden workshops gehouden waarin kennis gedeeld wordt hoe je je eigen kleding maakt of vermaakt. Ook is er al een keer een kledingruil geweest. Daarnaast creëren designers nieuwe kledingstukken uit oude kleding.

Kleding is het meest gebruikte transactiemiddel. De kleding uit de bibliotheek wordt niet verkocht, alleen uitgeleend. Wel worden er knuffels verkocht die zijn gemaakt uit restjes stof. Het zeepje dat de Kledingbibliotheek als wasmiddel gebruikt kan er gekocht worden en er worden boeken te koop aangeboden over duurzame mode.

(4) Waardepropositie

Het concept van de Kledingbibliotheek is vrij simpel en daardoor gemakkelijk te kopiëren. Dat zien de oprichtsters als iets positiefs. Het grote voordeel van dit initiatief is dat Utrecht een studentenstad is met veel jongeren. Toch hebben ze klanten van alle leeftijden. Mensen hoeven niet meer altijd zelf kleding aan te schaffen waardoor er ook minder kleding wordt weggegooid. Aan jonge designers met unieke ontwerpen biedt de Kledingbibliotheek een kans om uit oude resten stof nieuwe kleding te creëren. Deze kleding kunnen ze in de Kledingbibliotheek hangen en kan uitgeleend worden. De designers krijgen een percentage van de uitleenopbrengst. Dit zorgt daarnaast voor naamsbekendheid en de mogelijkheid in contact te komen met potentiële klanten. Dit is een vorm van sociale waardecreatie.

De drive achter de Kledingbibliotheek is niet economisch. De initiatiefnemers proberen de prijzen zo laag mogelijk te houden, zodat het voor een zo groot mogelijke groep mensen aantrekkelijk blijft. Het initiatief is gestart vanuit het idee dat mensen meer moeten delen en dat dat leuk is. In plaats van het slechte en verkeerde te benadrukken, willen ze het positieve van duurzaamheid laten zien.

Andere initiatieven op hetzelfde gebied worden niet als concurrenten gezien. Een Kledingbibliotheek is iets wat je lokaal doet. Kopiëren van dit initiatief dient wel in een grotere stad te gebeuren, anders wordt het aantal leden niet gehaald en worden de prijzen te hoog. Dan kan de huur niet worden betaald. Anderen die een dergelijk initiatief willen

opzetten hebben de Kledingbibliotheek inmiddels benaderd en om hun ervaringen gevraagd. Er wordt ook samengewerkt met andere concepten op dit gebied.

De Kledingbibliotheek is gerealiseerd door crowdfunding. Op het moment van het opzetten van de Kledingbibliotheek waren de initiatiefnemers nog studenten, waardoor ze zelf niet veel konden investeren. Ze hebben alles zelf opgebouwd, met hulp van familie, vrienden en mensen die iets wilden bijdragen. Zo ontstond rond het initiatief 'spontaan' een community. Momenteel zijn de initiatiefnemers aan het kijken wat er mogelijk is qua subsidies om te kunnen opschalen.

Collectieve waardecreatie speelt voornamelijk tussen de designers en de Kledingbibliotheek. De Kledingbibliotheek biedt hen een kans. Ze krijgen materialen om kleding mee te maken, die ze vervolgens in de Kledingbibliotheek op mogen hangen. Voor de Kledingbibliotheek is het belangrijk dat er unieke kleding hangt. Het uitlenen van kleding levert geld op, dus er is sprake van economische waardecreatie. Het geld dat binnenkomt is momenteel voldoende om de kosten, (exclusief het personeel) te dekken. De Kledingbibliotheek zorgt ervoor dat kleding minder snel weg wordt gegooid. Dit is een vorm van ecologische waardecreatie. Maar niet alleen het duurzamer gebruik van kleding is een van de waarden; het initiatief zet ook mensen aan het denken waardoor sprake is van bewustwording.

(5) Community

Het vormen van de community is begonnen met een oproep op de website, wat opgepikt is door de media. Hierdoor ontstond al snel veel belangstelling. Veel net afgestudeerde, startende mode-ontwerpers waren enthousiast. Daarnaast heeft een aantal duurzame merken zich aangesloten. Er wordt ook met een textielverzamelaar samen gewerkt. Daar wordt kleding gebracht die niet meer gedragen wordt, maar waar de designers weer nieuwe kleding van kunnen maken. De leden sluiten een lidmaatschap af. Mensen die lid zijn krijgen een pasje en kunnen kiezen voor een strippenkaart of een abonnement. Er is inmiddels een team van experts op verschillende gebieden dat achter het idee van de oprichters staat en hen daarbij wil helpen. Dat team brengt ook zelf weer mensen in. Zo ontstaat een community met enthousiaste mensen die nog steeds uitbreidt. Mensen delen dezelfde visie en geloven in deze poging het anders te proberen in de mode en laten zien dat dat op een hele leuke, makkelijke en positieve manier kan. Hoe groter de Kledingbibliotheek wordt, hoe professioneler en zakelijker het moet worden aangepakt. Met de designers zijn er contracten afgesloten, zodat partijen weten wat ze van elkaar kunnen verwachten. De leden tekenen de algemene voorwaarden. Communicatie verloopt voornamelijk via social media. Leden krijgen een eigen nieuwsbrief en er is tevens een algemene nieuwsbrief waar iedereen zich op kan inschrijven.

(6) Resultaten

De belangrijkste resultaten zijn dat mensen minder 'consumeren', omdat ze kleding kunnen lenen én dat er nieuwe kleding wordt gemaakt uit kleren die normaal zouden worden

weggegooid. Er wordt een platform geboden aan designers die designstukken op een sociale en duurzame manier kunnen aanbieden. De Kledingbibliotheek zorgt er tevens voor dat het thema 'duurzame kleding' vaker in het nieuws komt. Mensen raken in gesprek, wat zorgt voor bewustwording waardoor er een positieve verandering kan plaatsvinden. Negatieve waarden zijn nog niet ontdekt.

(7) Conclusie

De drive achter de Kledingbibliotheek is op een positieve manier iets willen veranderen. Er is sprake van de drie principes van waardecreatie: meervoudig (zowel economisch, sociaal en ecologisch), gedeeld en collectief. Niet door te benadrukken wat mensen niet moeten doen, maar juist door te laten zien hoe het ook kan. Zonder te forceren is het een oplossing voor veel problemen m.b.t. het klimaat, maar ook in de kledingindustrie. 'Er iets leuks van maken' is ook van belang voor de initiatiefnemers.

Het is wel belangrijk dat de kledingcollectie zich blijft vernieuwen. Daarnaast is het van belang aandacht te gaan besteden aan de vooruitgang in technologie van kleding. Wellicht komt er een landelijke online catalogus, waardoor klanten net als bij boeken ook kledingstukken kunnen reserveren in een andere stad. Het zou mooi zijn als in de toekomst mensen het gewoon gaan vinden om kleding te *lenen in plaats van te kopen*.

Het is een initiatief dat past in de tijdgeest, relatief gemakkelijk te kopiëren is en dat kan rekenen op sympathie – zowel van burgers als bedrijven. Het creëert meerdere waarden. Het nadeel is dat de marges zo klein zijn dat naast de operationele kosten er geen salarissen betaald kunnen worden. Dat betekent dat het initiatief feitelijk draait op de (vrijwillige) energie van de oprichtsters. Als zij er mee stoppen, stopt het initiatief. En dat zou jammer zijn.

Adres: Westerkade 30, 3511 HC, Utrecht

Telefoon: +31637169808

Email: info@dekledingbibliotheek.nl

Website: <http://www.dekledingbibliotheek.nl>

Youtube: www.youtube.com/watch?v=0pA5JwH4X4M