



# Inhoud

Voorwoord	4
Vereniging	5
Consultancy en Creditmanagement	12
'Noodzaak van sociale innovatie wordt nog steeds onderschat' <i>Aukje Nauta, bijzonder hoogleraar Sociaal- en organisatiepsychologische aspecten van pro sociaal gedrag</i>	14
'Verdieping in de doelgroep, voorwaarde voor succesvolle innovatie' <i>Dr. Dany Jacobs, bijzonder hoogleraar Industrial Dynamics and Innovation Policy</i>	16
'We staan aan de vooravond van de meest geavanceerde toepassingen' <i>Marijn Warmoeskerken, bijzonder hoogleraar Engineering of Fibrous Smart Materials</i>	18
'Het gemopper moet afgelopen zijn' <i>Piet Paris, mode-illustrator en winnaar van de Grand Seigneur</i>	20
'Mode speelt grote rol bij het uitdragen van de culturele identiteit' <i>Christine de Baan, programma directeur van DutchDFA</i>	22
English Summary	24
Ledenlijst	34
Ledengroeperingen	41
Colofon	42



# Creatief en Innovatief

DOOR DE WERELDOMVATTENDE KREDIETCRISIS, DIE NU AL MAANDEN DUURT, GAAT ONZE ECONOMIE DOOR EEN DIEP DAL. DE HOOP IS GEVESTIGD OP EEN BEGINNEND HERSTEL AAN HET EINDE VAN DIT JAAR, MAAR GEVREESD MOET WORDEN DAT WE VOORLOPIG NOG NIET UIT DE PROBLEMEN ZIJN. DAGELIJKS WORDEN ONS ANALYSES GEPRESENTEERD OVER HOE HET ZO VER HEEFT KUNNEN KOMEN, OF ER VOLDOENDE TOEZICHT IS GEWEEST, OF OUDE ECONOMISCHE MODELLEN NOG WEL WERKEN, WAT ER MOET GEBEUREN OM DE PROBLEMEN OP TE LOSSEN ET CETERA.

Feit is dat de krimpende economie ook de sectoren die MODINT vertegenwoordigt (mode, interieur, tapijt en textiel) momenteel hard raakt. Daar komt dan nog de starre en risicominde houding van banken en krediet-

verzekeraars bij, die het vlottrekken van onze economie sterk belemmert. Alsof dat niet genoeg is, worden onze leden ook nog geconfronteerd met allerlei heffingen door grote retailondernemingen, waarbij de creativiteit vaak geen

grenzen kent. Het eenzijdig afwentelen van eigen problemen op leveranciers staat haaks op de ketensamenwerking die diezelfde ondernemingen doorgaans bepleiten.

Creativiteit kan beter worden gebruikt ter versterking van het ondernemerschap en van de samenwerking in de textiel-, tapijt- en kledingketen. Op die manier kunnen we de huidige problemen beter het hoofd bieden.

De creatieve sector, waarvan mode, tapijt en textiel deel uitmaken, staat tot onze vreugde volop in de belangstelling. MODINT heeft daarbij een initiërende, stimulerende en uitvoerende rol. Hierbij leunen wij op het alom aanwezige creatieve ontwerptalent in ons land. Maar de sector wordt nog veel sterker, als we die creativiteit kunnen verbinden met innovatie, een ander speerpunt in ons meerjarenbeleid. Innovatie in de vorm van bijvoorbeeld nieuwe vezels, materialen, productietechnieken en duurzaamheid. Deze koppeling moet uiteindelijk leiden tot interessante en kansrijke product/marktcombinaties. Creatie en innovatie kunnen zich ook uitstrekken tot andere beleidsterreinen, zoals het financieel of sociaal beleid.

Het thema van dit jaarbericht is dan ook creativiteit en innovatie. Deskundigen uit verschillende disciplines laten hun licht schijnen op de kansen en bedreigingen. Uit hun visie blijkt heel duidelijk dat creatie en innovatie, als ankers in het ondernemingsbeleid, meer nodig zijn dan ooit. Alleen op die manier kunnen we de toekomst van onze sector veiligstellen. Ik wens u na het lezen van dit jaarbericht veel inspiratie toe.

**Alphons Schouten**  
Voorzitter



# Vereniging

In het verenigingsjaar 2008 hebben wij met extra inspanning uitvoering gegeven aan de zes speerpunten in ons beleidsplan: ketensamenwerking, internationalisering, creatie en commercie, innovatie, arbeidsvoorwaardenbeleid en scholing, maatschappelijk verantwoord ondernemen en duurzaamheid. In dit jaarbericht geven wij kort weer welke voortgang wij boeken. Deze doet zich doorgaans voor in een of meerdere van onze ledengroeperingen. Verdere informatie over onze activiteiten is te vinden in actuele dossiers.

## INKOOPMACHT

De economische- en financiële crisis zorgt voor toenemende onzekerheid onder leveranciers over de ontwikkeling van omzetten en rendementen in 2009 en in de jaren daarna. Tegelijkertijd worden zij bij herhaling geconfronteerd met aanslagen op de marges die zij realiseren, omdat afnemers eenzijdige wijzigingen in betalingscondities doorvoeren. Deze hebben een rechtstreeks terugwerkend effect. Dat wil zeggen: effect op reeds eerder gesloten orders. In contacten met betrokken afnemers, politici en ambtenaren wijst MODINT consequent op het principiële verwerpelijke karakter van dergelijke maatregelen. De crisis biedt ons de kans om op hoger ambtelijk niveau de ontwikkelingen te bespreken en om te zoeken naar wegen die leiden tot een evenwichtige situatie in de markt. MODINT schat in dat een wijziging van de Mededingingswet daarvoor noodzakelijk is. Dit zal echter niet op korte termijn gerealiseerd kunnen worden. Daarom blijven wij in de tussentijd de aandacht vestigen op relevante ontwik-

kelingen en adviseren wij individuele aangesloten ondernemingen over deze problematiek. Daarnaast vervullen wij een voortrekkersrol als het gaat om de vorming van een brede coalitie van brancheorganisaties, waarvan de aangesloten ondernemingen eveneens te maken hebben met (misbruik van) inkoopmacht.

## COLLECTIEVE INKOOP

In het voorjaar van 2009 heeft MODINT de eerste versie van de Ledenvoordeelgids uitgegeven. Daarin staan alle collectieve regelingen op overzichtelijke en aantrekkelijke wijze op een rij. Veel MODINT-leden maken van een of meer regelingen gebruik en besparen op die manier vaak aanzienlijke bedragen op hun bedrijfskosten. MODINT streeft ernaar ook de komende jaren het aantal collectieve regelingen verder uit te breiden. Op een gegeven moment zullen wij dan ook weer een nieuwe versie van de Ledenvoordeelgids publiceren.

## MAATSCHAPPELIJK VERANTWOORD

Tijdens de Jaarbijeenkomst van 2008 werd het MODINT-beleid voor Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen en Duurzaamheid, kortweg MVOD, gepresenteerd en goedgekeurd. Dat heeft ertoe bijgedragen dat niet alleen in 2008, maar ook in 2009 en de daarop volgende jaren, veel ondernemingen actief zoeken naar de beste manier om aan dit brede begrip (verdere) invulling te geven. De nieuwe Werkgroep MVOD zal in het voorjaar van 2009 voor de derde keer bijeenkomen om actuele ontwikkelingen te bespreken. Daarbij laten zij zich door

externe inleiders inspireren en informeren over relevante onderwerpen. MODINT heeft in 2008 en in de eerste helft van 2009 veel aandacht geschonken aan het proces rond de verduurzaming van de inkoop door overheden. Ook hebben wij gekeken naar de manier waarop ondernemingen die in internationale ketens opereren, hun verantwoordelijkheid op dit gebied het beste kunnen oppakken en waarmaken. Wij zijn geen voorstander van wettelijke regelingen en steunen dan ook de verklaring die de SER daarover in december 2008 heeft uitgebracht. Wij bevorderen zoveel mogelijk dat aangesloten ondernemingen aandacht voor MVOD integreren in hun bedrijfsvoering. Zo kan vervolgens via verbetertrajecten gekomen worden tot duurzame vormen van ondernemen op zowel milieu- als sociaal terrein. MODINT stelt verheugd vast dat het aantal ondernemingen dat is aangesloten bij initiatieven als Fair Wear Foundation of Made-By, of gebruik maakt van de diensten van BSCI, nog steeds toeneemt. Wij willen aangesloten ondernemingen helpen bij het opzetten en implementeren van verbetertrajecten, ook in het buitenland. Daarom hebben wij subsidie aangevraagd voor projecten die lokale producenten in staat stellen pragmatisch om te gaan met verbeteringen van arbeids- en milieuomstandigheden. Dit gebeurt in samenwerking met onze zusterorganisatie in China en adviesbureau IVAM. In breder verband streeft MODINT naar een verdere harmonisering van bestaande systemen en afspraken in IAF- respectievelijk ITMF-verband.

# Vereniging

## AVONDEN AAN DE AMSTEL

Niets is zo veranderlijk als mode. De ene dag ben je 'hot', maar voor je het weet ben je een 'not'. Hoe word je dan weer hot? Dat was het thema van de Avond aan de Amstel die in april vorig jaar werd gehouden in het auditorium van het AMFI in Amsterdam. John Ouwejan, algemeen directeur bij Quick, en Jacques van Gils, directeur bij The Makers, lieten hun licht schijnen over deze vraag. Beiden hebben een langjarige ervaring in de modebranche en hebben neergang en wederopstanding van deze branche beleefd. Dit was de dertiende Avond aan de Amstel. Het getal 13 wordt geassocieerd met pech en onheil, maar beide heren gingen deze avond in op de kansen die de branche heeft om de revival van een merk of bedrijf te bewerkstelligen. De veertiende Avond aan de Amstel vond plaats in april jl. Daarbij ging het om de huidige status van Nederland als productieland en over de mogelijke ontwikkelingen in de komende jaren. Dick Hendriks, groepsdirecteur research van Koninklijke Ten Cate, en Nannet van der Kleijn, adjunct directeur van AMFI, gaven hun visie. Beide Avonden, een initiatief van MODINT Academy en AMFI, werden zeer druk bezocht door mensen uit de branche, docenten en studenten.

## ARBEIDSVOORWAARDEN, OPLEIDING EN SCHOLING

### ARBEIDSVOORWAARDEN

Op 30 april 2008 eindigde de cao voor de Mode-, Interieur-, Tapijt- en Textielindustrie 2005-2008. Er werd geschiedenis geschreven: voor het eerst is na slechts twee onderhandelingsgesprekken, in goede harmonie met de vakbonden, een zeer marktconforme nieuwe CAO MITT afgesloten. Het principeakkoord werd bereikt op 4 maart 2008. Na een aantal kritische

opmerkingen gaven de leden hieraan op 13 maart hun fiat.

Op het moment dat de cao werd afgesloten, golden er zeer marktconforme loonafspraken. Ook in onze sector was toen sprake van krapte op de arbeidsmarkt. Er was behoefte aan nieuwe instroom, behoud van vakbekwaam personeel en profilering van de bedrijfstak als innovatief en aantrekkelijk, met boeiende en breed geschaakte functies. De inzet bij de onderhandelingen richtte zich dan ook op een verantwoorde loonparagraaf, optimalisering van de flexibiliteit met betrekking tot de arbeid voor bedrijven op ondernemingsniveau, scholing en opleiding en promotie van de bedrijfstak. De nieuwe CAO MITT 2008-2010 kent een looptijd van 26 maanden en eindigt op 30 juni 2010. De lonen worden verhoogd met 3,5 % per 1 mei 2008, 3% per 1 mei 2009 en 0,5% per 1 januari 2010. Daarnaast is een extra loonsverhoging afgesproken om jongeren te stimuleren hun vmbo- of mbo-opleiding af te ronden.

De gewenste grotere arbeidsflexibiliteit kan in incidentele gevallen in overleg met OR/PVT/personeelsvergadering op ondernemingsniveau worden geregeld; voor structurele afspraken over meer arbeidsflexibiliteit is overleg met de vakbonden vereist. Dit is conform de overlegregeling van de oude Arbeidstijdenwet (ATW), die als standaardregeling in de cao is opgenomen. Ook zijn diverse afspraken gemaakt over opleiding en scholing, en integratie van sociale fondsen. Per 1 januari 2009 zijn als gevolg hiervan het Sociaal Fonds Confectie-Industrie en het Sociaal Fonds Textielindustrie geïntegreerd tot Sociaal Fonds MITT en is de heffing voor beide sectoren geharmoniseerd.

Daarnaast zijn afspraken gemaakt om een goede scholingsinfrastructuur en een adequaat scholingsaanbod voor

onze sector te behouden na de voorgenomen opheffing van de LIFT Group. Cao-partijen geven in de aanloopfase financiële ondersteuning aan de initiatieven van MODINT, die gericht zijn op het overnemen van LIFT Group van de maatwerk opleidingstrajecten via MODINT Academy.

Verder is afgesproken dat de uitvoering van zogeheten EVC-scans wordt gestimuleerd. Voor maximaal 500 werknemers worden hiervoor financiële middelen beschikbaar gesteld. Tot slot zijn afspraken gemaakt over onderzoek op uiteenlopende terreinen, zoals onderzoek naar de effecten van de zogeheten wachtdagenregeling, naar de problemen die zich voordoen bij/met werknemers die minder dan 35% arbeidsongeschikt worden verklaard in de zin van de WIA, en naar de knelpunten met betrekking tot de 4-ploegendienst.

Tijdens de totstandkoming van de nieuwe cao was niet te voorzien dat Nederland in de loop van 2008 in een ernstige economische crisis zou raken, die sommige bedrijven in onze sector diep raakt. MODINT ziet hierin op het moment van schrijven van dit verslag geen aanleiding om de CAO MITT 2008-2010 open te breken. Wel heeft MODINT de vakbonden uitgenodigd om de situatie in de branche te bespreken en dat gesprek zal al plaats gevonden hebben als dit jaarbericht verschijnt.

### PENSIOENEN

In het laatste kwartaal van 2008 kreeg de financiële crisis ook de pensioensector in zijn greep. Gelieerd aan de CAO MITT is het Bedrijfstakpensioenfonds MITT (Bpf MITT). Door het instorten van de aandelenmarkten en de aanhoudende renteverlagingen verslechterde de financiële positie van Bpf MITT in hoog tempo. In eerste instantie ging het louter om een reservetekort.

Maar uiteindelijk belandde het fonds, zoals de meeste pensioenfondsen, ultimo 2008 in een situatie van dekkingstekort. Het fonds moest daarom een herstelplan opstellen voor de toezichthouder, de Nederlandse Bank. Dat moet ertoe leiden dat binnen een periode van drie jaar het dekkingstekort is weggewerkt, terwijl er binnen een periode van vijftien jaar geen sprake meer mag zijn van een reservetekort. Begin 2009 heeft minister Donner de regels in deze versoepeld. Zo is de periode van drie jaar verlengd tot vijf jaar. Ook wordt de mogelijkheid geboden om, in het geval het gewenste financiële niveau niet binnen de gestelde termijnen is bereikt, de beslissing over een eventuele korting op de pensioenen uit te stellen tot 1 januari 2012. In het herstelplan wordt het vastgelegde beleid van Bpf MITT uitgevoerd. Dit voorziet, afhankelijk van het niveau van de dekkinggraad, in een vast systeem van vermindering van de indexatie, respectievelijk van een verhoging van de premie. Op grond hiervan zullen de pensioenen voorlopig niet geïndexeerd worden; ook de aanspraken van de slapers en van de actieve deelnemers worden niet verhoogd. Zo dragen alle groepen bij aan het herstel van het fonds. Verder vormt de premie die werkgevers en werknemers betalen, onderdeel van het herstelplan. De komende jaren zal deze waarschijnlijk gaan stijgen. Het bestuur besluit hierover pas definitief in oktober 2009.

### OPLEIDING EN SCHOLING

Cao-partijen in de Mode-, Interieur-, Textiel- en Tapijtbranche hebben na een grondige oriëntatie op de toekomst besloten om de opleidingsactiviteiten van LIFT Group bij nieuwe partners onder te brengen. De te geringe omvang van LIFT Group bood voor de toekomst onvoldoende garantie dat de specifieke kwalificaties én het aanbod

van branchecursorische scholing en maatwerkactiviteiten gewaarborgd konden worden.

Per 1 januari 2009 zijn de activiteiten van LIFT Group overgedragen aan Kenniscentrum Handel en MODINT. Opleiding en scholing vormen een speerpunt in het MODINT-beleid. Sociale partners zetten de (ESF) subsidieactiviteiten voort in de stichting Opleidingsfonds MITT (SO MITT). Na afronding van deze overdracht is LIFT Group opgeheven. Dankzij deze constructie blijft ook in de toekomst een volledig opleidings- en scholingspakket voor de branche.

De zorg voor kwalificaties op mbo-niveau en de accreditatie en ondersteuning van leerbedrijven (de wettelijke taken in het kader van de WEB) worden per 1 januari 2009 ondergebracht bij Kenniscentrum Handel.

MODINT heeft de branchecursorische scholing en de maatwerkactiviteiten overgenomen en ondergebracht in de nieuwe rechtspersoon MODINT Academy BV. Ook de exploitatie van Compacity, het e-learning-instrument voor de bedrijfstak, is voorlopig in handen van MODINT Academy. MODINT Academy moet uitgroeien tot hét branche-instituut op het gebied van niet-reguliere scholing en opleiding. Het instituut wil bijdragen aan een verhoging van het kennisniveau in de sectoren mode, interieurtextiel, tapijt en textiel. Ook wil het de vaktechnische kennis in deze sectoren in stand houden en verder ontwikkelen via een adequaat en betaalbaar opleidingsaanbod voor zoveel mogelijk bedrijven en medewerkers. Er wordt gestart met een mix van maatwerktrajecten en een smal, maar duidelijk cursusaanbod van open inschrijvingstrainingen. Met laatstgenoemd aanbod wordt geprobeerd de modesector adequaat te bedienen.

Door deze wijzigingen en aanvullingen

verwacht MODINT de aangesloten ondernemingen in de branche een passend aanbod te kunnen bieden.

### SCHEIDING CAO'S

In 2008 is eindelijk voortgang geboekt in de dossiers die betrekking hebben op de afbakening van de CAO MITT en de CAO Textielgroothandel, respectievelijk de CAO Wonen.

Onder leiding van een mediator zijn MODINT en Sociaal Comité van Werkgevers in de Groothandel in Textielgoederen en Aanverwante Artikelen (SCTX) in goed overleg voortvarend bezig bruikbare criteria te ontwikkelen om een heldere scheidslijn te kunnen trekken tussen beide cao's. Het geschil over de afbakening met CAO Wonen is inmiddels opgelost. Gordijnenateliers vallen in principe onder de CAO MITT; de enige uitzondering zijn bedrijven die lid zijn van Centrale Branchevereniging Wonen (CBW).

### LEDEN GROEPERING MODE

#### CREATIE EN COMMERCE

MODINT is sterk gericht op initiatieven en activiteiten die bedoeld zijn om een brug te slaan tussen het grote creatieve talent in ons land en de commercie. Gesprekken hierover met een aantal betrokken partijen zijn in volle gang. Ook in 2008 verleenden wij via MODINT Export medewerking aan het Dutch Touch programma van de Dutch Fashion Foundation, dat zich vooral in Milaan afspeelde.

De ontwerpers Klavers van Engelen, Spijkers en Spijkers, Hans Ubbink, Marcha Hüskes and Mattijs presenteren in september hun nieuwe voorjaar/zomer 2009-collecties tijdens de beurs WHITE. Het project werd financieel ondersteund door de Economische voorlichtingsdienst (EVD) van het Ministerie van Economische Zaken.

# Vereniging

Begin december streek, onder leiding van staatssecretaris Frank Heemskerk van Economische Zaken, de grootste Nederlandse handelsdelegatie ooit neer in Hong Kong. Bijna 300 deelnemers uit de sectoren design, mode en architectuur, aangevuld met onder anderen vertegenwoordigers van gemeentes, universiteiten en hbo's, grepen de Business of Design Week in Hong Kong aan om promotie te maken voor hun producten, zakelijke contacten te leggen en/of netwerken uit te breiden. Tijdens het bezoek van de delegatie aan deze belangrijke Aziatische stad vonden onder de naam Open Minds talrijke zakelijke en culturele evenementen plaats. Dit gebeurde met grote steun van onder meer het Ministerie van Economische Zaken, het consulaat aldaar, de TU Delft en de Hong Kong Trade Development Council.

Nederland was partnerland van de Business of Design Week en dat heeft Hong Kong geweten! Tijdens het congresprogramma van deze Design Week traden circa dertig Nederlandse key note sprekers op, onder wie Marlies Dekkers, Marcel Wanders, Rem Koolhaas en Hella Jongerius.

De modedelegatie van circa 35 mensen werd geleid door MODINT Export. Het activiteitenonderdeel dat specifiek op de modesector was gericht, omvatte 'match making'-afspraken tussen de deelnemers en geïnteresseerde bedrijven in Hong Kong, een bezoek aan Chinese producenten in Shenzhen (China) en een miniseminar over Nederlandse mode. Hierin presenteerden G-Star, LCC en modeontwerpers Monique Collignon en Hans Ubbink hun visie op mode.

Hoogtepunt was zonder meer de modeshow met Nederlandse ontwerpers. Deze was georganiseerd door de Dutch Fashion Foundation in samenwerking met MODINT en bedoeld voor

inkopers en pers uit Hong Kong. De show vond plaats op het dakterras op de 28e verdieping van de trendy en prestigieuze Seva Club. In aanwezigheid van Frank Heemskerk en tegen de achtergrond van de spectaculaire skyline van Hong Kong, werden de collecties getoond van Mada van Gaans, Monique Collignon, Hans Ubbink, Bas Kosters, Van Markoviec, Catta Donkersloot en Claes Iversen. De sectoren design en architectuur hadden hun eigen programma, naast de gezamenlijke activiteiten. Het was de eerste keer dat Nederlands design, mode en architectuur zich gezamenlijk in het buitenland presenteerden. Het ligt in de bedoeling dit in oktober van dit jaar te herhalen in de Design Week van de stad Shanghai.

Dutch Design, Fashion & Architecture DutchDFA - Dutch Design Fashion Architecture - is een vraaggestuurd programma dat gericht is op het versterken en consolideren van de internationale positie van de meest toonaangevende sectoren van de Nederlandse creatieve industrie: design, fashion en architectuur. Door middel van design wil de DutchDFA langdurige internationale partnerschappen opbouwen die betrekking hebben op de huidige wereld. Als uitvloeisel hiervan zullen de sectoren design, fashion en architectuur zich de komende vier jaar gezamenlijk in het buitenland manifesteren. Als speerpuntlanden zijn daarbij China, India en Duitsland (in het bijzonder Nord Rhein Westfalen) aangewezen. Het programma is een initiatief van de Ministeries van Buitenlandse Zaken, Economische Zaken en Onderwijs Cultuur en Wetenschappen en wordt ondersteund en uitgevoerd door MODINT, Bond Nederlandse Ontwerpers, Bond Nederlandse Architecten, Bond Nederlandse Interieurarchitecten,

Nederlands Architectuur Instituut en de Stichting Premisela. De eerste gezamenlijke activiteit vond plaats tijdens de reeds vermelde Business of Design Week in december jl. in Hong Kong. MODINT is verheugd over het initiatief. Het betekent dat de creatieve sector als economische motor wordt erkend. Wij hebben er herhaaldelijk voor gepleit om design in brede zin in het buitenland te promoten. De omzet aan creatieve bedrijvigheid in ons land wordt geschat op meer dan € 50 miljard, met een toegevoegde waarde van ruim € 20 miljard.

## KETENDIGITALISERING

Organisaties als MODINT, MITEX, FGHS, FNLW, Vimagro, Intres en Eurecto werken nauw samen in het Platform Ketendigitalisering Mode, Schoenen, Sport. Gezamenlijk willen wij stimuleren dat meer bedrijven in deze branches concreet aan de slag gaan met elektronische informatie-uitwisseling (EDI). Ook dient dit eenvoudiger en efficiënter te gebeuren. De focus ligt hierbij op het uitwisselen van artikelinformatie (pricat), orderbevestiging en doorverkoopcijfers. Sinds de oprichting van het platform in 2007 is het aantal bedrijven dat EDI gebruikt, sterk gegroeid. Het aantal transacties nam in de periode voorjaar 2007 t/m februari 2009 toe van gemiddeld 5.000 per maand naar 70.000 / 100.000 per maand.

In deze periode zijn belangrijke resultaten behaald op het gebied van vereenvoudiging, efficiency en effectiviteit. Zo zijn procedures voor het opstarten van EDI verbeterd en vereenvoudigd, zijn standaarden ontwikkeld en zijn het kennisniveau en de vaardigheid van gebruikers vergroot.

De diverse pilots die het platform heeft uitgevoerd, zijn eind 2008 afgerond. Vanaf nu zal het platform de kennis die in de afgelopen twee jaar is verkregen, verder uitrollen in de drie branches.

## LEDENGROEPING HOLLAND CAREER AND WORKWEAR

Holland Career and Workwear (HCW) is de speciale ledengroepering binnen MODINT van leveranciers van bedrijfs-, beroeps- en promotionele kleding en accessoires. HCW behartigt de belangen van haar leden op allerlei terreinen, waaronder brandveiligheid en etikettering. Maar HCW houdt zich tevens bezig met de regelgeving die de overheid voor onze branche afkondigt. De toegevoegde waarde van HCW ligt verder op het gebied van public relations en voorlichting en op collectieve promotie. Met haar promotieactiviteiten wil HCW in eerste instantie de beslissers over en de dragers van bedrijfs- en imagekleding bereiken.

## CORPORATE FASHION AWARDS

Op 20 november 2008 werd voor de vijfde keer de HCW Corporate Fashion Award uitgereikt. Deze award (in meerdere categorieën) is bedoeld voor bedrijven die op de meest treffende wijze hun gewenste imago door middel van hun bedrijfskleding naar buiten weten te brengen. Een overvolle zaal met enthousiast publiek en de professionele presentatie door Fabienne de Vries maakten deze uitreiking wederom tot een succesvol evenement. De deskundige jury bestond uit fashion designer Jessica Joyce, communicatiedeskundige Marieke Koning en adjunct-directeur van het Amsterdam Fashion Institute (AMFI) Nanet van der Kleijn. Samen kwamen zij met de ruim 250 koppen tellende zaal tot de volgende winnaars:

### Categorie Workwear:

Schijvens Confectiefabriek - Strukton Bouw & Vastgoed

Categorie Representative Corporate Wear:

Emergo Textile Projects - Martinair

Categorie Corporate Wear:

Company Fits - Pathe Cinema

### Categorie Medical Wear:

De Berkel Confectiefabriek - Bronovo Ziekenhuis

## DUURZAAM INKOPEN OVERHEID EN CRITERIA VOOR DE BEDRIJFSKLEDINGBRANCHE

In 2008 ontvouwde de Nederlandse overheid haar plannen om vanaf 2010 'duurzaam' in te kopen: voor 100% op landelijk niveau en minimaal 50% op provinciaal- en gemeentelijk niveau. Veel lagere overheden zullen ernaar streven méér dan die 50% te kunnen halen. En ook commerciële partijen en bedrijven, die in de b2b-sfeer zaken doen, zullen vermoedelijk de criteria die de overheid ontwikkelt, gebruiken om 'duurzamer' te worden.

Deze criteria zijn dus belangrijk voor de bedrijfskledingbranche, SenterNovem in Utrecht ontwikkelt namens de overheid voor ongeveer tachtig productgroepen de noodzakelijke criteria. MODINT/HCW voeren intensief overleg met SenterNovem over de conceptcriteria. Gezamenlijk is het standpunt van MODINT/HCW vastgesteld. De strekking van de reactie van MODINT/HCW in de formele consultatieronde is terug te voeren op twee elementen: 'Duurzaam' bestaat niet, maar 'verduurzamen' is een proces waaraan iedereen kan deelnemen. Wat de beste stap is voor elke leverancier hangt van veel factoren af en kan het beste door die leverancier beoordeeld worden. Als voor een procesbenadering wordt gekozen, moeten bedrijven wel een transparante visie ontwikkelen op verduurzaming en moeten zij hiervoor ook beleid opstellen. Materiële eisen die te ver af staan van de dagelijkse praktijk van het zaken doen (bijvoorbeeld: vragen naar het niveau van EU Ecolabel of bij gunning punten toekennen voor gebruik van biologische katoen, terwijl dat slechts in zeer beperkte mate beschikbaar is), leiden misschien op papier tot mooie

'verduurzaming' van de wereld, maar zullen niet duurzaam blijken. Want vroeg of laat wordt duidelijk dat er van echte verbeteringen van arbeidsomstandigheden of milieu niet veel terecht komt.

Begin 2009 worden de criteria voor Duurzaam Inkopen formeel vastgesteld. Onzeker is vooral of de bepleite 'procesbenadering' de juridische toets kan doorstaan. De Europese wetgeving voor overheidsaanbesteding staat nu uitsluitend een procesbenadering toe, als het om levering van diensten aan de overheid gaat, en niet als het levering van producten betreft. MODINT/HCW pleiten er dan ook voor dat een 'pakketlevering' als 'dienst' wordt beschouwd.

## SAMENWERKING

HCW werkt sinds enige tijd samen met de branchevereniging voor Arbeidsomstandigheden, Veiligheid en Gezondheid (AVAG). Deze samenwerking resulteerde in 2006 al in de succesvolle Dag van de Aanbestedingen. In 2008 is gezamenlijk met Kluwer het event Safety & Fashion @ Work georganiseerd. HCW en AVAG waren aanwezig met een gezamenlijke stand. Alle branches van werk- en corporate kleding waren bij dit event vertegenwoordigd. In 2010 zal het event worden uitgebreid met de Corporate Fashion Award 2010.

## LEDENGROEPING KNITTING HOLLAND

Goed werk heeft tijd van doen. Dat gold zeker voor de uitgave door MODINT in mei 2008 van het boekje De Nederlandse Brei-industrie. Dit fraai vormgegeven en toegankelijke boekje bevat de profielen van de breigoedproductieondernemingen in Nederland die de ledengroepering Knitting Holland vertegenwoordigt.



# Vereniging

Voor de financiering van het boekje kon een beroep worden gedaan op het fonds SFETR, dat middelen beheert om de breigoedindustrie in Nederland te ondersteunen op het gebied van Onderzoek en Ontwikkeling (Research) en op het gebied van technische innovatie. Het boekje is vooral bestemd voor docenten en studenten van Nederlandse textiel- en kledingopleidingen en geeft een actueel beeld van de breigoedproductiecapaciteit die nog in Nederland aanwezig is. Ook draagt het boekje bij aan het dichten van de kloof tussen industrie en scholing, opleiding en creatie. In het voorjaar van 2009 staat de lancering gepland van een systeem van vouchers. Daarmee wordt het voor studenten van zes opleidingsinstituten makkelijker om productie in te kopen bij de breigoedproductiebedrijven, die in het eerder genoemde boekje staan vermeld.

## LEDENGROEPING NTC

Het bestuur van de Ledengroepering NTC investeert in persoonlijk contact met ondernemingen die in deze leden-groepering zijn ingedeeld. Daardoor krijgt het bestuur meer zicht op de gezamenlijke belangen van de betreffende ondernemingen, die een bijzonder heterogene groep vormen. Op basis van een communicatieplan dat begin 2009 is vastgesteld, zal zowel het contact tussen de leden onderling worden verbeterd als de externe communicatie. Daarnaast blijft MODINT de leden van de ledengroepering NTC ondersteunen met diensten op het gebied van voorwaarden, creditmanagement, kredietverzekering, arbeid en recht, inkoop en productie en exportondersteuning.

## LEDENGROEPING VNGA

De VNGA heeft zich in 2008 vooral bezig gehouden met de verdere ontwik-

keling van de Opleiding voor Gordijnenateliers. Medio 2008 is de introductiemodule 'het maken van gordijnen' en de module 'knippen van gordijnen' afgerond. In het laatste kwartaal hebben bedrijven deze modules in de praktijk getest. Ook is gewerkt aan het verkrijgen van een zo breed mogelijk draagvlak voor de ontwikkeling van de overige modules (locken, zomen, meten en op hoogte maken van een gordijn, plooiën en afwerken). De ervaring leert dat dit een intensief proces is, dat veel tijd vraagt.

## LEDENGROEPING VNTF

### DUURZAAM TAPIJT, EEN CREATIEVE EN INNOVATIEVE KEUZE

Zoals alle bedrijfstakken heeft ook de tapijtindustrie zich niet kunnen onttrekken aan de economische crisis die ons eind 2008 heeft overvallen. De crisis kwam juist op het moment dat de sector bezig was het dalende marktaandeel in de vloerbedekkingsmarkt te keren en zich in te zetten voor een voortgaande verduurzaming van product en productie. De oproep in ons vorige jaarbericht dat de markt aan zet is als het gaat om duurzame consumptie, heeft in zekere mate weerklank gevonden. De overheid erkent binnen haar programma 'duurzaam inkopen' het Europese GUT-label, waaronder onze leden produceren, vooral om schadelijke stoffen in het product uit te sluiten. Maar onze duurzaamheid gaat verder. In de e-learning-module voor de detailhandel (WoonWerk van Centrale Branche-vereniging Wonen (CBW)) is de duurzaamheid van tapijt nog eens helder onder de aandacht van verkopers in de winkel gebracht: tapijt is energiezuinig (warmtecomfort), geluiddempend en draagt op zich niet bij aan allergie en astma.

Bovenal worden onze tapijtproducten steeds creatiever en innovatiever. Ook daarbij is duurzaamheid een bron van

vernieuwing. Of het nu gaat om een tapijttegel op basis van een wereldwijd aansprekend Cradle-to-Cradle-concept, een bedrijfsspecifieke Mission Zero met Fair Works producten of een niche-ontwikkeling van volledig biologisch afbreekbare kokosmatten, de tapijtbedrijven hebben duurzaamheid kamerbreed uitgerold onder het GUT-label. Daarbij komt dat met een tapijt dat in Nederland of Europa is geproduceerd, eventuele sociale gevoeligheden die de productie in ontwikkelingslanden vaak kenmerken, niet aan de orde zijn.

### MJA3

Over het aspect 'energiezuinig' is in 2008 een nieuw convenant afgesloten met de overheid (MJA3). Binnen die meerjarenafspraken (2005-2020) vindt een voortgaande inspanning plaats om tot energie-efficiëntie in de productie te komen: - 45% energie-efficiënter in 2020 (de teller staat al op 46% méér efficiency in 2008 ten opzichte van 1998). Op het vlak van de ketenbenadering gaat in 2009 bekeken worden wat de optimale manier is van afvalverwerking: energiebenutting zoals dit nu de praktijk is, of het hergebruik van grondstoffen.

### LOGISTIEK PROJECT

De VNTF werkt als sinds enige tijd aan een logistiek project dat in 2008 een nieuwe fase is ingegaan en is aangehaakt aan het MODINT logistieke project. Hiertoe hebben gesprekken plaatsgevonden met diverse tapijtfabrikanten om de mogelijkheden, wensen in kaart te brengen. Om transportoptimalisatie in de praktijk te realiseren wordt er gewerkt aan het ontwikkelen van praktische oplossingen die aansluiten bij het borgen van de continuïteit van de tapijtaflevering aan groot- en detailhandel.

Een optimalisatie van bundeling, regio-indeling in afleverdagen en reductie van bezorgfrequentie staan op het



vizier. Binnen de modedistributie worden zeer interessante ervaringen opgedaan met een regiomagazijn.

### ARBOCATALOGUS EN BRANCHEOPLEIDINGEN

In 2008 deden zich ook op sociaal gebied innovatieve ontwikkelingen voor. Zo heeft de VNTF een Arbocatalogus opgezet met 'good practices' voor de tapijt- en textielindustrie. Hiermee wordt beoogd om mogelijke risico's op de werkvloer terug te dringen. De Arbocatalogus komt tot stand in samenspraak met de vakbonden en zal naar verwachting in het najaar van 2009 gereed zijn. Daarnaast is er een pilot opgezet om de praktijkgerichte brancheopleidingen voor de tapijtproductie te laten 'meeademen' met de nieuwe landelijke onderwijsstructuur van competentiegericht opleiden, waaraan het mbo-onderwijs vanaf medio 2010 gebonden is.

### INNOVATIES

Met een open blik op de toekomst (zichtjaar 2030) kijkt de sector samen met experts naar kansen voor het product tapijt en hoe wij daarop met technische en product/markt-innovaties kunnen inspelen. De succesvolle afronding in 2008 van de pilot rond het concept 'zoefmat' (tapijt als - tijdelijk - wegdek) is hiervan een goed voorbeeld. Concrete innovatieplannen voor de komende drie jaar krijgen in 2009 naar verwachting hun beslag in een Innovatie Prestatie Contract (IPC) onder de brede MODINT-vlag. Het gaat hier om een bundeling van innovatieplannen van de MODINT-ledengroeperingen in een IPC, met de daarbij behorende financiële ondersteuning van het Ministerie van Economische Zaken. Zo overwinnen we samen de crisis.

### PROMOTIE EN SAMENWERKING

Communicatie naar leden en de branche is voor de VNTF een belangrijk

thema. Het VNTF Informatiebulletin verschijnt vier keer per jaar om leden uitgebreid te informeren over belangrijke thema's en ontwikkelingen die voor hen van belang zijn. De consumenten brochure over Tapijt & Astma wordt in 2009 opnieuw uitgebracht. Met het CBW werken wij samen in het Tapijtplatform waarin diverse organisaties uit de bedrijfskolom van tapijt vertegenwoordigd zijn. Doelstelling van het Tapijtplatform is om naar aanleiding van een SWOT analyse actiepunten te prioriteren ten aanzien van het product, de detailhandel en de consumptie. In 2009 wordt hieraan concrete uitwerking gegeven.

## LEDENGROEPING VTN

Midden 2008 kon toch nog het derde meerjarenconvenant MJA 3 worden gesloten tussen de overheid en diverse brancheorganisaties, waaronder de ledengroepering VTN van MODINT. Die ondertekening markeerde niet alleen het einde van een lang voorbereidingsproces, maar - misschien nog wel meer - het begin van een lang traject dat moet leiden tot aanzienlijke milieuvverbeteringen en reductie van het energieverbruik in 2020 ten opzichte van 2005, met een doorloop naar verdere besparingen en verbeteringen tot 2030. Voor de uitwerking wordt gewerkt aan een 'routekaart', die mogelijkheden (en onmogelijkheden) gaat weergeven.

Een deel van de activiteiten die in verband met de MJA 3 plaatsvond, had tegelijkertijd betrekking op de Onderzoeks- en Ontwikkelingskalender (Research & Development), die voor de leden van de VTN is ontwikkeld. Om de uitvoering van de daarmee samenhangende innovatieprojecten te financieren heeft VTN een beroep gedaan op een subsidieregeling (IPC-regeling) van de overheid. Onlangs is

bekend geworden dat de subsidieaanvraag voor het begeleiden van het beschrijven van de innovatieprojecten per deelnemend bedrijf afzonderlijk, is gehonoreerd. Daarmee kan een belangrijke stap worden gezet in de richting van de feitelijke uitvoering van de researchagenda van VTN.

In de tweede helft van 2008 werd duidelijk dat een volgende stap in het integratieproces van VTN binnen MODINT wenselijk was. Nadat de leden van de ledengroepering VTN een voorstel van het bestuur hadden goedgekeurd, konden zij aangeven welke ondersteuning zij vanuit MODINT wensten te ontvangen, naast de behartiging van collectieve belangen van de vereniging.

Begin 2009 bleek dat de belangstelling voor de module Arbeid & Recht slechts een fractie kleiner was dan de belangstelling voor de nieuw gevormde Industriemodule.

In het voorjaar van 2009 sloot VTN een groot collectief inkoopcontract voor de levering van gas (en elektriciteit) in de jaren 2010 en 2011. Daarmee voorziet VTN in een duidelijke behoefte. Dat blijkt onder meer uit het feit dat alle 32 ondernemingen die hadden aangegeven hiervoor belangstelling te hebben, ook daadwerkelijk aan het contract deelnemen.

## ONTWIKKELING LEDENBESTAND

De wereld van textiel-, tapijt- en kledingproducenten, handelaren, agenten en importeurs is voortdurend in beweging. Het ledenbestand van MODINT is voortdurend aan verandering onderhevig. Per saldo nam het ledental in 2008 af met 30, zodat op 1 januari 2009 ledental 774 bedroeg. In het eerste kwartaal van 2009 steeg dit aantal alweer richting 800 leden.

2006	2007	2008	2009
790	771	804	774

# Consultancy en creditmanagement

VOOR MODINT BV WAS 2008 HET BESTE JAAR OOI. HET NETTO-RESULTAAT LAG FORS BOVEN DE BEGROTING EN WAS MEER DAN 50% HOGER DAN IN HET VOORGAANDE JAAR. DE WINST BEDROEG CIRCA 16% VAN DE OMZET. DAARDOOR WERD DEZE VERHOUDING TEN OPZICHTE VAN 2007 VERBETERD MET EVENEENS BIJNA 50%.

In dit uitstekende jaar waren omzet-groei en kostenbewaking de pijlers, waaraan de economische teruggang in het vierde kwartaal geen afbreuk kon doen. De personele bezetting groeide licht met 2,5 FTE tot 41,7, waarbij de uitbreiding voornamelijk op contract-basis werd gerealiseerd. Er was weinig verloop en het ziekteverzuim bedroeg 2,45% per jaarultimo. In organisatorische zin vonden er geen belangrijke wijzigingen plaats. Wel is geïnvesteerd in een marketingfunctie om het brede dienstenaanbod professioneler te promoten. De in- en externe activiteiten van MODINT vragen om een goede afstemming met de seizoenspatronen in onze branche en om een beter beheer van de soms overvolle activiteitenkalender.

## GMBH-ACTIVITEITEN

Op 16 oktober vond het eerste MODINT Golfoernooi plaats in Nijmegen. Dit werd meteen voor herhaling vatbaar geacht. Dankzij de support van onder andere Mercedes Benz gingen vele klanten en relaties van een fantastische herfstdag op de heuvelachtige Groesbeekse baan, dichtbij de Duitse grens. Zo kon meteen al naar het 'Hinterland' worden gekeken, waar MODINT haar GmbH-activiteiten voor-

bereid. In samenwerking met de Duitse zusterorganisatie wordt de start dit jaar voorzien. In eerste instantie betreft het incasso-activiteiten. Omdat IT-ondersteuning hierbij van groot belang is, is vorig najaar een conversieproject gestart naar een nieuwe WATCH-versie. Daarmee wordt enerzijds een verbeterde service voor Nederlandse klanten beoogd en anderzijds een basis gelegd voor de integratie van toekomstige cross border-activiteiten. Naar verwachting wordt het project deze zomer afgerond. Hoewel de begroting voor dit jaar op een wat lager niveau ligt, verlopen de eerste maanden nog niet in mineur. MODINT BV biedt haar klanten een concurrerend en ondersteunend pakket aan diensten, waarmee de ondernemer in onze branche er in het dynamische jaar 2009 niet alleen voor staat.

## CREDITMANAGEMENT

Het creditmanagementbedrijf leverde verhoudingsgewijs de grootste bijdrage aan de omzet en het resultaat van MODINT BV. Met het specifieke brancheconcept dat MODINT BV als creditmanagement-oplossing aanbiedt, zijn wij in dit segment nog steeds marktleider. Het afgelopen jaar is onze positie verder versterkt. Het aandeel

van buitenlandse incasso's is hoger dan het Nederlandse aandeel. Dit is de aanleiding om dit concept internationaal uit te rollen. De economische teruggang vraagt om liquiditeit en daardoor geldt het credo Cash is King. De functie van het leverancierskrediet wordt daarom steeds belangrijker. Om niet als bankier van de afnemer te fungeren worden vorderingen dan ook sneller uit handen gegeven. Goede leverings- en betalingsvoorwaarden worden hierbij steeds belangrijker. De MODINT-voorwaarden die in 2008 zijn herzien, komen dan ook goed tot hun recht.

In deze crisistijd nemen disputen toe. Deze kunnen sneller worden opgelost op basis van heldere en eenduidig gemaakte afspraken. Ook factoringmaatschappijen en kredietverzekeraars stellen in toenemende mate eisen aan de condities waaronder leveranciers en afnemers met elkaar zaken doen. Vooral kredietverzekeraars zien op dit moment uitsluitend risico's in de markt en vinden snel redenen om - met de polisvoorwaarden in de hand - schadeclaims af te wijzen. Dat komt mede door het ontbreken van goede leverings- en betalingsvoorwaarden. Onder het motto 'voorkomen is beter dan genezen' worden veel kredietlimietaanvragen niet gehonoreerd,



dan wel ingetrokken. MODINT BV bewijst met de branchepolis duidelijk haar toegevoegde waarde; veel limiet-intrekkingen kunnen worden hersteld bij Euler Hermes. Via Den Haag en Brussel roept MODINT het kabinet en de Europese Commissie op om banken en kredietverzekeraars ertoe aan te zetten gezonde bedrijven gezond te houden en de economische tegenwind niet verder aan te wakkeren. Met een verdere stijging van het verwachte aantal faillissementen zal creditmanagement voor 2009 zeker een onderwerp op de ondernemersagenda blijven. MODINT blijft werken aan verdere innovatie. Vorig jaar werd [www.modintbetaal-garantie.nl](http://www.modintbetaal-garantie.nl) geïntroduceerd en binnenkort komen wij met een partnership voor financieringsaanvragen.

## CONSULTANCY

Dankzij de adviesdiensten van MODINT BV kan de kennis die continu MODINT binnenstroomt, op effectieve wijze worden doorgegeven aan de consultancyklanten. Door de fusie met de textielbrancheorganisatie VTN is in 2008 gewerkt aan het verbreden van de adviesdiensten naar deze doelgroep. De arbeidsrechtelijke advisering, gebundeld in de module Arbeid en Recht, was de eerste dienst. Een goede en logische keuze, omdat de textiel-fabrikanten, evenals veel modebedrijven, onder de CAO MITT vallen. Naast de arbeidsrechtelijke dienstverlening, die zich uitstrekt van het beantwoorden van vragen tot het begeleiden van reorganisaties, biedt de module Arbeid en Recht een unieke specialisatie 'agenten- en distributiecontracten',

waarvan veel gebruik wordt gemaakt. In het licht van de moeilijke economische omstandigheden in 2009 verwachten wij dat bedrijven veel gebruik zullen maken van de arbeidsrechtelijke expertise.

## EXPORT EN VERKOOP IN NEDERLAND

Van oudsher ondersteunt MODINT de export. Dat was in 2008 ook weer het geval. Onder de vlag van MODINT Export begeleidde onze consultant Internationale Marketing en Sales-groepen MODINT-leden op handelsmissies naar Rusland en Spanje en naar beurzen in Shanghai, Dubai en Moskou. Dankzij de module Markt-ondersteuning Buitenland ontvingen bedrijven advies, marktrapporten en retailerinformatie. Voor de meeste MODINT-leden is export een bestaansvoorwaarde. MODINT BV blijft bedrijven dan ook op zo concreet en praktisch mogelijke wijze ondersteunen. Voor de meeste MODINT-leden is de Nederlandse markt natuurlijk de grootste. Onze advisering is zich in 2008 in toenemende mate gaan richten op rendementsverbetering. Wij laten leden zien hoe zij beter kunnen presteren, als zij hun collectie, hun organisatie of hun samenwerking met klanten aanpassen. Specifiek aandachtspunt was 'fast fashion', waarover twee dagvullende seminars werden georganiseerd. Gezien het succes van deze en volgende seminars zullen wij in 2009 nog niet over dit onderwerp zijn uitgepraat.

## INKOOP EN PRODUCTIE

De module Inkoop en Productie kende een zeer succesvol 2008. Steeds meer bedrijven ontdekten dat MODINT BV unieke kennis in huis heeft over een

aantal heel specifieke technische onderwerpen. De adviseurs van de module Inkoop en Productie hielpen onder andere een groot aantal kinderkledingleveranciers om hun collecties aan nieuwe productveiligheidswetgeving aan te passen (koordjes!).

MODINT BV beschikt over het meest actuele en uitgebreide overzicht van zogenaamde verboden substanties (restricted substances) in kleding in Nederland. Veel bedrijven passen dit overzicht rechtstreeks toe in hun quality manual en/of leveranciersinstructies. Ook in 2009 zullen wij voor veel bedrijven complexe informatie vertalen naar duidelijke en praktische instructies. Terwijl het accent in 2008 op productveiligheid lag, verwachten wij dat in 2009 Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO) nog belangrijker zal worden. MODINT BV heeft in 2008 al geïnvesteerd in producten die onze leden helpen bij het maken van keuzes in de complexe wereld van MVO. Wij geven onze leden helder inzicht in de mogelijkheden van MVO, in de voor- en nadelen van eventuele keuzes en in de manier waarop zij plannen tot uitvoering kunnen brengen.

Het jaar 2009 vraagt van MODINT een bijzondere inzet. Adequate ondersteuning bij het creëren van financiële ruimte, kwaliteitsverbetering en kostenbesparing is urgent. Ook willen wij onze leden inspireren nieuwe markten te betreden en/of nieuwe producten te ontwikkelen. Wij zullen in 2009 alles in het werk stellen om ons dienstenpakket optimaal af te stemmen op de behoeften bij alle ledengroeperingen van MODINT.



Aukje Nauta, bijzonder hoogleraar Sociaal- en organisatiepsychologische aspecten van pro sociaal gedrag:

# ‘Noodzaak van sociale innovatie wordt nog steeds onderschat’

ALS EEN ORGANISATIE VANDAAG DE DAG CREATIEF EN SUCCESVOL WIL ZIJN, MOET ER SPRAKE ZIJN VAN EVENWICHTIGE EN GELIJKWAARDIGE ARBEIDSRELATIES. OF, ZOALS AUKJE NAUTA DIT NOEMT, ‘ONDERHANDELBARE ARBEIDSRELATIES’. ONDANKS ALLE PUBLICATIES OVER HET BELANG VAN SOCIALE INNOVATIE, WAARVAN ONDERHANDELBARE ARBEIDSRELATIES EEN BELANGRIJK ONDERDEEL VORMEN, WORDT DE NOODZAAK VOLGENS NAUTA NOG STEEDS ONDERSCHAT.



Aukje Nauta is van oorsprong arbeids- en organisatiepsycholoog. Als hoogleraar Sociaal- en organisatiepsychologische aspecten van pro sociaal gedrag en senior consultant bij Randstad HR Solutions richt ze zich op de positieve kant van arbeidsrelaties. ‘Pro sociaal gedrag is gericht op het helpen van de ander en komt globaal overeen met altruïsme. Het komt erop neer dat ik me bezighoud met de vraag: waarom zijn mensen goed voor elkaar? Daarbij richt ik me vooral op arbeidsrelaties en het belang van pro sociaal gedrag van zowel werkgever als werknemer.’

#### ONDERHANDELBARE ARBEIDSRELATIE

In de arbeidsrelatie die Nauta voorstaat, gaan werkgever en werknemer op een andere, persoonlijker wijze met elkaar om. ‘Op dit moment is het doorgaans zo dat de werkgever een functieomschrijving formuleert, een werknemer zoekt die daarbij past en die de functie conform de omschrijving uitvoert. Je haalt echter veel meer uit een arbeidsrelatie, als een werkgever zich verplaatst in de werknemer, in diens kwaliteiten en mogelijkheden, en ervoor zorgt dat hij precies datgene kan doen waar hij goed in is. Omgekeerd moet de werknemer zich in de werkgever verplaatsen en zich afvragen hoe hij met zijn kwaliteiten optimaal kan bijdragen aan het organisatiebelang. Als beide partijen op empathische wijze over de arbeidsrelatie onderhandelen, wordt het allemaal veel leuker, spannender én het levert voor beiden veel meer op.’

#### YES, WE CAN

Op de vraag of de vereiste empathie bij veel mensen niet ontbreekt, antwoordt Nauta bevestigend. ‘Juist de mensen die hogere managementfuncties vervullen, vertonen vaak licht narcistische trekken. Tegelijkertijd zijn ze innemend en charismatisch, wat hen tot de leider maakt voor wie mensen graag hun individualiteit opgeven. Maar dat slaafse volgen van een leider doodt de creativiteit en het innoverend vermogen van het individu. Gelukkig heeft de mens óók behoefte aan autonomie en aan zelfontplooiing. Daarop moeten bestuurders en commissarissen inspelen. Zij moeten inzien dat kennis en innovatie essentieel zijn en dat zij de creativiteit van hun werknemers moeten stimuleren, dat zij hun speelruimte moeten geven om zélf na te denken en mee te denken over de manier waarop een organisatie haar doelen kan bereiken. Een vooruitstrevende, weldenkende manager realiseert zich dat hij de macht deels uit handen moet geven en dat dit niet betekent dat hij zélf aan status inboet. Door werknemers meer macht te geven, wordt de koek niet verdeeld, maar vergroot. De focus op macht moet worden vervangen door de focus op mogelijkheden. “Yes, we can”, moet bij werknemers de heersende gedachte zijn. Ze moeten er niet van uitgaan dat ze toch niets aan de situatie kunnen veranderen.’

#### RAAMWERK

‘Macht aan de werknemer’ klinkt als vakbondstaal. Maar zo bedoelt Nauta het pertinent niet. ‘Een vakbond zorgt voor het collectief, waarbij collectieve regelingen worden afgesproken. Ik pleit voor een meer individuele arbeidsrelatie. Een vakbond zou in mijn visie individuen sterk moeten maken om hun eigen positie te verbeteren. Hetzelfde geldt voor een OR of Medezeggenschapsraad. Die zijn binnen een organisatie cruciaal, maar hebben de neiging om afspraken met het bestuur of de bonden te zeer dicht te timmeren. Ze moeten een raamwerk creëren,

waarbinnen mensen het zélf kunnen regelen, in dialoog met de werkgever. Dát verandert het gedrag van mensen en houdt een cao of HR-beleid levend.’

#### EXTERNE ONTWIKKELINGSMOGELIJKHEDEN

Nauta ziet de door haar geschetste ‘innovatieve’ arbeidsrelatie als dé voorwaarde om als organisatie in deze tijd van globalisering, flexibilisering en individualisering succesvol te zijn. ‘Mensen voelen zich niet, zoals vroeger, automatisch gebonden aan een bedrijf. Het is geen loyaliteit meer in ruil voor baanzekerheid, maar eigen verantwoordelijkheid in ruil voor investeringen in employability (duurzame inzetbaarheid). De arbeidsrelatie moet zijn gestoeld op brede, ook externe, ontwikkelingsmogelijkheden die de werkgever biedt.’ Nauta waarschuwt in dit verband voor een te grote nadruk op management development trajecten. ‘Die zijn belangrijk, maar het ‘lagere personeel’ is minstens zo belangrijk. Ik vind het de maatschappelijke verantwoordelijkheid van bedrijven om ook die mensen sterk te maken, want zij liggen er bij onverhoopte reorganisaties het eerste uit.’ Dat betekent dat op alle niveaus een adequaat scholingsbeleid noodzakelijk is, waarbij de opleidingen zich niet per definitie beperken tot het eigen vakgebied. ‘Laat werknemers hun eigen pad kiezen, ook als het gaat om opleidingen die voor de betreffende sector niet onmiddellijk relevant zijn. Dat is een voorbeeld van een pro sociale daad, waarvoor je loyaliteit terugkrijgt. Nauta ziet hierbij een belangrijke taak weggelegd voor brancheorganisaties. ‘MODINT zou deze nieuwe filosofie moeten uitdragen, bijvoorbeeld via workshops en strategische werkconferenties voor de aangesloten ondernemingen. MODINT is de partij bij uitstek die ondernemingen gevraagd en ongevraagd van advies kan dienen over wat sociale innovatie vermag, waarom het zo belangrijk is.’



Dr. Dany Jacobs, bijzonder hoogleraar Industrial Dynamics and Innovation Policy:

# ‘Verdieping in de doelgroep, voorwaarde voor succesvolle innovatie’

‘BIJ MODEONTWERPERS GAAT HET TE VEEL OM DE KUNST EN TE WEINIG OM DE CONSUMENT DIE DE KLEDING KOOPT. DE KLOOF TUSSEN ARTISTICITEIT EN COMMERCIE IS TE DIEP. DAARDOOR LAAT EEN DEEL VAN DE BEDRIJVEN IN DE MODEBRANCHE KANSEN LIGGEN.’ DAT IS DE OVERTUIGING VAN PROF. DR. DANY JACOBS, SINDE ANDERHALF JAAR BIJZONDER HOOGLEERAAR INDUSTRIAL DYNAMICS AND INNOVATION POLICY AAN DE UNIVERSITEIT VAN AMSTERDAM EN LECTOR KUNST, CULTUUR & ECONOMIE BIJ DE HOGESCHOLEN ARTEZ EN HAN IN ARNHEM.

Jacobs noemt mode een boeiende, spannende sector, waar innovatie aan de orde van de dag is. Daarbij worden tevens op creatieve wijze nieuwe materialen uit de textielindustrie ingezet. ‘Innovatie kun je definiëren als: het continu op de markt brengen van nieuwe versies die je niet nodig hebt. In feite is innovatie door de modebranche uitgevonden, al een paar honderd jaar geleden. Hetzelfde in een nieuwe verpakking, dat zie je tegenwoordig in alle sectoren terug, zelfs in de wetenschap.’ Mode wordt tegenwoordig ook erkend als belangrijke sector. Een sector die iets zegt over wat zich in de maatschappij afspeelt. Mode is, kortom, in de mode geraakt.’

Maatschappelijk-commerciële kant  
Maar de modebranche zou zich, als

het om innovatie gaat, wél meer gelegen moeten laten liggen aan steeds belangrijker wordende groepen, zoals bejaarden en mensen met grote maten. ‘Daaraan kleven etiketten als saai en onaantrekkelijk, maar dat hoeft helemaal niet zo te zijn. Het ontwerpen van kleding voor deze groepen zou bij modeacademies meer aandacht moeten krijgen. Met andere woorden: de focus zou meer moeten liggen op de consument die de kleding koopt. Op die maatschappelijk-commerciële kant worden modeontwerpers niet goed voorbereid.’

#### CREATIEVE ECONOMIE

‘In de artistieke wereld draait alles om het ontwikkelen van het individuele talent. De buitenwereld wordt ervaren als een bedreiging van dat talent. Bij modeacademies worden mensen a-sociaal gedruild’, zo stelt Jacobs. Hij vertelt een veelzeggende anekdote. ‘Toen ik tijdens een bijeenkomst bij een modeopleiding het woord ‘consument’ liet vallen, riep een docent design verantwoord uit: “Je denkt toch niet dat wij kleren gaan ontwerpen voor consumenten?” Als je bedenkt dat tweederde van de studenten aan kunstopleidingen toegepaste kunst als richting hebben, dan is het betreurenswaardig dat dit idee zo sterk leeft. Bij ArteZ bestaat sinds kort een nieuwe richting, Industrie & Fashion, waarbij creativiteit en commercie met elkaar worden verbonden. Volledig ten onrechte wordt die richting aangeraden aan studenten die artistiek niet goed genoeg worden bevonden. Terwijl de kansen juist liggen in de ‘creatieve economie’. Daarbij doel ik zeker niet op platte commercie, want je moet de consumenten wel blijven verrassen.’

Maatschappelijke- en klantorientatie  
Jacobs maakt in dit verband een vergelijking met de industriële sector. ‘Bij het ontwerpen van producten ligt de focus op de technologische vernieuwing. Dat is ook het makkelijkst stuk van innovatie. Het gedrag, de gewoon-

tes en de behoeftes van de consument zijn daaraan ondergeschikt. Dat is een cruciale fout, die succesvolle innovatie in de weg staat. Want in feite is de culturele kant van innovatie veel belangrijker dan de technologische kant. Denk aan de personal organiser die Apple jaren geleden op de markt bracht. Dat buitengewoon innovatieve apparaat flopte, want de consument was er niet aan toe. In tegenstelling tot technologie, verandert cultuur niet snel.’ Helaas worden die culturele aspecten door ontwerpers als minderwaardig beschouwd. Zo leeft bij het gros van de ingenieurs de overtuiging dat je moeite moet doen om een product te kunnen hanteren, anders ben je het niet waard. Gebruiksvriendelijkheid staat dan ook niet bepaald voorop, terwijl dát aspect een product voor de doorsnee consument juist aantrekkelijk maakt.’ Jacobs vervolgt: ‘Een organisatie moet de bereidheid en interesse hebben zich in maatschappelijke ontwikkelingen en in de klant te verdiepen. Als organisaties of branches zich die maatschappelijke- en klantorientatie eigen maken, doen ze het goed.’

#### GEAVANCEERD

Volgens Jacobs stimuleert speelt MODINT de - in zijn visie - noodzakelijke, nieuwe ontwikkelingen in de branche. Hij is dan ook vol lof over MODINT. ‘De meeste brancheorganisaties zijn conservatief. MODINT is daarentegen een zeer geavanceerde brancheorganisatie die met nieuwe thema’s durft aan te komen, zoals fair wear. Ook steken ze hun nek uit als het gaat om het dichten van de traditionele kloof tussen commercie en artisticeit. Zo participeert MODINT in ‘de Avonden aan de Amstel’ van AMFI, waarvoor ik enige jaren geleden het initiatief heb genomen. Op die avonden komen deze twee verschillende ‘culturen’ met elkaar in contact en worden thema’s behandeld die voor beide groepen interessant zijn. Het zou goed zijn als dergelijke initiatieven worden uitgebreid.’





Marijn Warmoeskerken, bijzonder hoogleraar Engineering of Fibrous Smart Materials:

# ‘We staan aan de vooravond van de meest geavanceerde toepassingen’

BEHALVE AAN UNIVERSITEITEN WERKTE MARIJN WARMOESKERKEN ZESTIEN JAAR BIJ DE DIVISIE RESEARCH & DEVELOPMENT VAN UNILEVER. SINDS ENIGE JAREN IS HIJ BIJZONDER HOGLERAAR ENGINEERING OF FIBROUS SMART MATERIALS, AFGEKORT EFSM. DANKZIJ ZIJN ACHTERGROND IS WARMOESKERKEN ALS GEEN ANDER IN STAAT DE LINK TE LEGGEN TUSSEN DE WETENSCHAPPELIJKE WERELD EN DE KLEDING- EN TEXTIELINDUSTRIE. AAN DIE LINK ONTBREEKT HET NOG STEEDS. ‘HET ONTWIKKELEN VAN TECHNOLOGISCHE TOEPASSINGEN OP BASIS VAN WETENSCHAPPELIJKE KENNIS GEBEURT VEEL TE WEINIG, TERWIJL ER TALLOZE MOGELIJKHEDEN VOORHANDEN ZIJN. DIE KANS MOET DE TEXTIEL- EN KLEDINGBRANCHE GRIJPEN!’



‘Er wordt binnen universiteiten ontzettend veel en belangwekkend exploratief onderzoek verricht op het gebied van textieltechnologie’, aldus Warmoeskerken. ‘Helaas worden de onderzoeksresultaten niet vertaald naar technologische toepassingen. Textielbedrijven hebben niet de mensen in huis die daartoe in staat zijn. In mijn visie zijn hogescholen de aangewezen instellingen om door middel van innovatief onderzoek voor die vertaalslag te zorgen. Zonder die vertaalslag kan de kleding- en textielindustrie niet echt innoveren’.

#### SAMENWERKING

In dit licht constateert Warmoeskerken met vreugde dat de Berlijnse muur tussen universiteiten en hogescholen aan het afbrokkelen is. ‘We werken meer samen. Zo kent de Hogeschool Saxion in Enschede sinds enige jaren twee lectoren op het gebied van textiel. Ook heeft deze Hogeschool een studierichting Design & Textiel die razend populair is. Deze ontwikkeling is een eerste stap in de goede richting, waarbij er een verbinding tot stand komt tussen wetenschappelijk onderzoek aan de universiteiten enerzijds en de ontwikkeling van nieuwe, innovatieve producten binnen de kleding- en textielindustrie anderzijds.’

EFFECTIEVER VOORBEHANDELINGSPROCÉS  
Als voorbeeld van nieuwe wetenschap-

pelijke ontdekkingen, waarmee in de praktijk niets wordt gedaan, noemt Warmoeskerken drie ontwikkelingen in het textiel-voorbehandelingsproces. ‘Tot op de dag van vandaag wordt ruwe katoen met kokende loog afgekookt om de vette, waterafstotende waslaag te verwijderen, zodat het doek soepel wordt en het makkelijk geverfd kan worden. Dat hele proces met kokende loog is niet meer nodig, nu we enzymen hebben ontdekt die de was- en pectinelaag afbreken. Verder vindt het bleken van katoen nu plaats met een grote hoeveelheid waterstofperoxide bij 100 graden Celsius, terwijl we in staat zijn met veel minder waterstofperoxide en bij 30 graden Celsius hetzelfde resultaat te verkrijgen. Dat scheelt enorm veel energie.’ Tot slot wijst Warmoeskerken op de transportverschijnselen die zich voordoen tijdens het proces van katoenvezel, via draad naar geweven doek. Daarbij vindt een uitwisseling plaats van vloeistoffen in de poriën. Dat proces kan met behulp van ultrasonische geluidsgolven sterk worden versneld.

#### EXTRA FUNCTIONALITEITEN

Volgens Warmoeskerken kan de Europese textiel- en kledingindustrie uitsluitend overleven, als zij zich omvormt van een arbeidsintensieve naar een kennisintensieve industrietaak. Die ontwikkeling is sinds een jaar of vijf volop aan de gang. Behalve de genoemde innovaties in het voorbehandelingsproces zijn de mogelijkheden om textiele materialen nieuwe, extra functionaliteiten toe te kennen, enorm toegenomen. ‘Dat is het resultaat van zogeheten product driven-onderzoek. Dat wil zeggen dat onderzocht wordt hoe het oppervlak van vezels gemodificeerd (veranderd) kan worden in de richting van nieuwe producttoepassingen.’ Warmoeskerken begint aan een opsomming die niet lijkt te eindigen. Zo noemt hij textiel met vochtregulerende eigenschappen voor de huid, textiel dat medicatie kan afgeven,

textiel dat van kleur verandert als er gevaar dreigt, textiel dat bepaalde moleculen afgeeft waarmee muggen op afstand worden gehouden en textiel waarbij parfum vrijkomt. ‘

#### ELEKTRONICA

De opsomming van Warmoeskerken is nog niet ten einde. Baanbrekend zijn ook de elektronische functionaliteiten, waarbij elektronica in textiel materiaal wordt verwerkt. ‘Die mogelijkheid bestaat sinds de introductie van plastic (polymeren) elektronica in plaats van elektronica van metaal én dankzij de toepassing van de inktjet-technologie in de textiel. Met die inktjet-technologie kun je afzonderlijke vezels, lokaal, behandelen. Hierdoor kun je een micro-elektronisch systeem aanbrengen op heel specifieke posities in het textiel, bijvoorbeeld een sensor die het hartritme of de bloeddruk meet.’

Onlangs is een textielbedrijf er ook in geslaagd om met de inktjet-technologie kleding tot stand te brengen die aan de buitenkant waterafstotend is en aan de binnenkant wateraantrekkelijk. Dat is natuurlijk een geweldige vondst.’ Met behulp van elektronica kan zelfs het ultieme, gepersonificeerde kledingstuk worden ontworpen. ‘Maak een bodyscan van een persoon. Via computersimulaties en automatische snij- en naaisystemen komt uiteindelijk een kledingstuk tot stand dat precies past bij de betreffende persoon, zich perfect vormt naar het lichaam en precies zo valt als het moet vallen.’

#### DE GROTE VERANDERING

‘We staan aan de vooravond van al deze en andere toepassingen. De komende tien jaar gaat het gebeuren’, zegt Warmoeskerken vol overtuiging. ‘Ontwerpers moeten zich hiervan bewust zijn, de toepassingen gebruiken, met oog voor design. En MODINT moet onze activiteiten ondersteunen en deze via hun netwerk kenbaar maken. De kleding- en textielwereld gaat nu écht veranderen.’



Piet Paris, mode-illustrator en winnaar van de Grand Seigneur:

# ‘Het gemopper moet afgelopen zijn’

WAT IS DE ONDERSCHIEDENDE KRACHT VAN DE NEDERLANDSE MODE-INDUSTRIE? EN IS ER EIGENLIJK WEL SPRAKE VAN EEN ONDERSCHIEDENDE KRACHT? PIET PARIS, INTERNATIONAAL BEFAAMD MODE-ILLUSTRATOR EN WINNAAR VAN DE 21E GRAND SEIGNEUR, FORMULEERT ZIJN ANTWOORDEN OP DEZE EN ANDERE VRAGEN VOORZICHTIG. MAAR OVER EEN AANTAL ZAKEN SPREEKT HIJ ZICH OPVALLEND STELLIG UIT. ‘DAT GEMOPPER OP DE NEDERLANDSE MODE-INDUSTRIE MOET AFGELOPEN ZIJN. WE HEBBEN HEEL VEEL TE BIJDEN.’

Piet Paris (of Piet 't Hoen, zoals zijn officiële naam luidt) behoort tot de bevoorrechte mensen die al heel vroeg weten wat zij later willen worden. ‘Ik heb altijd getekend en mode fascineerde met vanaf mijn jeugd. Op de middelbare school tekende ik allemaal vrouwenpoppetjes in mijn schoolagenda en ontwierp ik kleren voor de Dolly Dots. Dat ik naar de mode-academie zou gaan, was dan ook duidelijk. Ik heb mijn diploma voor modeontwerper behaald. Maar mijn echte talent lag bij het tekenen en ik ben dan ook met mode-illustraties afgestudeerd.’

#### COCON

Piet Paris is medeoprichter van het Fashion Institute Arnhem, de masteropleiding van de Arnhemse modeacademie, waar hij ook docent is. ‘Deze opleiding vormt een overbrugging tussen de beschermde wereld van de kunstacademie, de ‘cocon-situatie’ waarin studenten tijdens hun bachelors zitten, en de harde wereld van de grote mode-industrie. Die cocon-situatie hebben studenten nodig om zich te kunnen concentreren op de ontwikke-

ling van hun talent. Maar het is niet handig als je daarin blijft hangen. Studenten moeten zich ook bekwamen op zakelijk, technisch, planmatig en organisatorisch vlak. En ze moeten flexibel zijn.’

#### SCHAARS

Leveren de Nederlandse modeacademies, internationaal gezien, talent af? ‘We hebben heel veel te bieden, maar supertalent is in Nederland schaars. Dat komt onder andere door de Nederlandse traditie van samenwerking. Dat polderachtige staat supertalent in de weg, levert geen diva’s op. Mensen in wie ik werkelijke originaliteit herken, zijn vrijwel altijd mensen die in een schoenendoos wonen, die ondoor-dringbaar zijn en niet openstaan voor een andere mening. Die vind je eerder in Engeland. Daar tref je totaal op zichzelf gefixeerde talenten aan. Engelse studenten worden gedruild in het artistieke, in het vinden van hun talent, tot gekmakend toe. In Amerika daarentegen is alles weer gericht op de vraag wat goed verkoopt, op de commercie. Nederland onderscheidt zich weer op andere wijze.’

#### KRACHT

‘Nederland is als kweekvijver voor modetalent heel interessant’, stelt Piet Paris. ‘Wij onderwijzen meer in abstracte beeldtaal, meer intellectueel. Dat leidt tot een andere ontwerpmethod. Nederlandse ontwerpen kun je eerder koud dan warm noemen, rechtlijnig, hoekig. Wij kennen geen traditie van elegante uitwerking, we denken niet in het zandlopersilhouet.’ Dat klinkt in eerste instantie negatief, maar Piet Paris benadrukt dat je dat juist als kwaliteit moet zien. Dat geldt ook voor het feit dat wij ons niet conformeren aan internationale trends. ‘Daarnaast zijn we vernieuwend in het tonen van materialen en in het creëren van nieuwe vormen die aan materiaal zijn gerelateerd. En we zitten overal, we zijn niet bang om de grens over te gaan.’

#### PIRAMIDE

Uit alles wat Piet Paris over de Nederlandse mode-industrie zegt, blijkt zijn grote waardering. Hij verzet

zich dan ook fel tegen het gemopper op Nederlandse ontwerpers en op de kritiek dat de Nederlandse ontwerpers zich te weinig op de consument zouden richten. ‘De mode-industrie is een piramide: een smalle top aan de bovenkant en breed aan de onderkant. Die top is nodig voor die breedte. Het fenomeen mode is juist bijzonder vanwege die piramide. Je hebt originele geesten nodig die ontwerpen maken waarvan de ‘normale’ kleding wordt afgeleid. Denk je dat Viktor en Rolf zo groot waren geworden als ze zich hadden laten leiden door ‘verkoopbaarheid’? We hebben hier in Nederland heel veel in huis. Er is een cultuuromslag nodig in de mode-industrie zelf, waarbij we niet op onze ontwerpers mopperen, maar hun talenten koesteren en waarderen.’

#### LIEFDE

Die positieve benadering waarvoor Piet Paris pleit, uit zich ook in de opzet van de Arnhem Mode Biënnale, waarvan Piet Paris artistiek leider is. Deze Mode Biënnale is uitgegroeid tot een internationaal festival waaraan straks meer dan 125 ontwerpers uit de hele wereld meedoen, onder wie zich grote namen bevinden. ‘Mode is méér dan het catwalk-moment, méér dan champagne drinken. Liefde voor het vak, daar gaat het om. En die liefde tonen wij een maand lang zowel aan mensen in het vakgebied als aan het grote publiek.’

#### INSTRUMENT TOT VERBETERING

Op de vraag hoe hij de toekenning van de Grand Seigneur, de belangrijkste Nederlandse modeprijs, heeft ervaren, antwoordt Piet Paris: ‘De prijs heeft gewerkt als een katalysator. Er wordt nog meer van mij gevraagd, van mij verwacht. Dat ga ik niet uit de weg en zie ik als positief. Ik beschouw de prijs eerder als een aanmoedigingsprijs dan als een oeuvreprijs.’ En waarom is het volgens hem zo belangrijk om het publiek modebewust te maken, het doel van de Grand Seigneur? ‘De mens is altijd op zoek naar verbetering. Mode is een instrument om jezelf, in relatie tot je omgeving, te verbeteren, te vernieuwen, en daarmee bij te dragen aan een ideaal dat je voor ogen staat.’





Christine de Baan, programma directeur van DutchDFA:

# ‘Mode speelt grote rol bij het uitdragen van de culturele identiteit’

SINDS 1 JANUARI 2009 WORDT GERICHT GEWERKT AAN HET DUURZAAM VERSTERKEN VAN DE INTERNATIONALE POSITIE VAN DE NEDERLANDSE ONTWERPSECTOR. DAT WIL ZEGGEN DESIGN, MODE EN ARCHITECTUUR. DIT GEBEURT VANUIT DUTCH DFA, EEN INITIATIEF VAN DE MINISTERIES VAN ECONOMISCHE ZAKEN, BUITENLANDSE ZAKEN EN ONDERWIJS, CULTUUR EN WETENSCHAPPEN, SAMEN MET DE STICHTING PREMSELA, HET NEDERLANDSE ARCHITECTUUR INSTITUUT EN DE BEROEPS- EN BRANCHEORGANISATIES, WAARONDER MODINT. ‘ONZE INTERNATIONALE REPUTATIE IS GROOT. DOOR DE VERSCHILLENDE ONTWERPDISCIPLINES GEZAMENLIJK IN HET BUITENLAND TE PROFILEREN, KAN ONZE POSITIE VERDER WORDEN VERSTERKT’, ALDUS CHRISTINE DE BAAN, PROGRAMMA DIRECTEUR VAN DUTCH DFA.



‘Het belang van de creatieve industrie wordt steeds groter, zowel economisch als maatschappelijk en cultureel gezien. Ook voor de internationale betrekkingen biedt deze industrie interessante kansen. De keuze van de overheid om de verschillende disciplines samen te brengen in DutchDFA is ingegeven door de overtuiging dat krachtenbundeling en de multidisciplinaire aanpak een cruciale bijdrage leveren aan een duurzame versterking van de internationale positie van de Nederlandse ontwerpsector. En dat de sector daarmee bijdraagt aan onze economie en ons internationale imago.’ De Baan noemt haar functie van programma directeur van DutchDFA een ‘superbaan’. ‘Het is heel inspirerend om te zien dat er, dankzij de multidisciplinaire aanpak, synergie ontstaat. Hoewel we nog maar net zijn begonnen, werpt dit initiatief nu al duidelijk zijn vruchten af.’

#### IN DE LIFT

‘Vooral architectuur en design hebben al lange tijd een grote reputatie in het buitenland’, vertelt De Baan. ‘De modesector is internationaal gezien later tot bloei gekomen, maar zit nu volop in de lift. ‘Begin jaren negentig verenigden ontwerpers, onder wie Viktor en Rolf, zich in de Cri Néerlandais om zich internationaal te presenteren. In diezelfde tijd zijn belangrijke instituten als het Fashion Institute Arnhem en de Dutch Fashion Foundation opgericht. In de loop der tijd is het aantal podia, mede door toedoen van MODINT, sterk uitgebreid. Denk aan

de Amsterdam Fashion Week en de Arnhem Mode Biënnale. Nederlandse merken, zoals G-Star en Marlies Dekkers, krijgen internationaal steeds meer bekendheid.’

#### CONCEPTUELE BENADERING

Het DutchDFA-programma sluit aan bij het groeiend succes van de Nederlandse ontwerpsector. Waarin schuilt dat succes? ‘Voor alle ontwerpdisciplines geldt dat zij een conceptuele benadering kennen, die in het buitenland veel waardering oogst. Nederlandse ontwerpers werken heel autonoom, gaan uit van hun eigen opvattingen in het antwoord op de vraag van de opdrachtgever of de markt. Viktor en Rolf hebben met hun concepten de markt veroverd. En iemand als Rem Koolhaas is internationaal net zo bekend om zijn visie als om zijn ontwerpen. En zo zijn er veel Nederlandse ontwerpers, ook op het gebied van interieur en design, die het buitenland veel te bieden hebben.’

In dit verband benadrukt De Baan dat DutchDFA is opgericht om te verdwijnen. ‘Ons meerjarenprogramma lopen van 2009 tot 2012. Daarna moet de sector het zelf verder brengen.’

#### FOCUSLANDEN

Het DutchDFA-programma kent drie ‘focuslanden’: China, India en Duitsland. Duitsland is voor Nederland interessant als belangrijkste en meest nabije handelspartner. ‘Wij inventariseren per sector en regio waar de beste kansen liggen. Duitsland, dat veel strakkere regels kent, waardeert weliswaar de experimentele aanpak van Nederlandse ontwerpers, maar tegelijkertijd zijn wij in hun ogen vaak niet ‘serius’ genoeg. Door onder andere kennisuitwisseling kunnen we in Duitsland meer voet aan de grond krijgen.’

Met China bestaan al langere tijd intensieve contacten. ‘Dit land is enorm dynamisch en streeft naar een transformatie van ‘made in China’ tot ‘designed in China’. Daarvoor zijn kennis en inspiratie nodig op ontwerpge-

bied. Voor Nederlandse ontwerpers biedt China enerzijds kans op interessante opdrachten; anderzijds heeft China veel technische en traditioneel ambachtelijke kennis in huis en is het ook als productieland belangrijk. Tijdens de Business of Design Week in Hong Kong eind 2008 hebben de Nederlandse ontwerpdisciplines zich voor het eerst gezamenlijk, in DutchDFA-verband, gepresenteerd. In diverse opzichten was deze week een groot succes. Uit een evaluatie blijkt dat ontwerpers vooral de nieuwe, onderlinge contacten zeer hebben gewaardeerd. Verder zijn er voor sommige ontwerpers nieuwe opdrachten uit voortgevloeid en is er samenwerking tot stand gekomen tussen bureaus en onderwijsinstellingen van beide landen. In 2009 nemen wij met een presentatie deel aan de Shanghai Creatieve Week, terwijl we dit jaar ook met onder meer een tentoonstelling in Shenzhen aanwezig zijn.’

#### MULTIDISCIPLINAIR

De Baan vervolgt: ‘In China, waar de ontwerpdisciplines sterk gesegmenteerd zijn, wordt de multidisciplinaire aanpak heel interessant gevonden. De overheid doet er alles aan om Nederlandse ontwerpers aan te trekken. Zo worden in pakhuizen en op fabrieksterreinen in Shanghai 75 creatieve clusters ingericht, die de overheid graag bevolkt ziet worden door Nederlandse ontwerpers, zowel op het gebied van architectuur als mode. China heeft duidelijk behoefte aan de conceptuele, maatschappelijk georiënteerde benadering van de Nederlands ontwerpers.’ Datzelfde geldt voor India, evenals China een van de snelst ontwikkelende economieën ter wereld. ‘In alle landen die sterk in ontwikkeling zijn, zie je dat ontwerpers bezig zijn met het definiëren van een nieuwe culturele identiteit. Evenals architectuur en design heeft mode een belangrijke maatschappelijke betekenis. Mode speelt een grote rol bij het uitdragen van de culturele identiteit.’



# Chairman's foreword

## CREATIVE AND INNOVATIVE

DUE TO THE GLOBAL CREDIT CRISIS, WHICH HAS BEEN PRESENT FOR MONTHS NOW, OUR ECONOMY IS EXPERIENCING DIFFICULTIES. HOPES HAVE BEEN SET ON SEEING THE INITIAL SIGNS OF A RECOVERY AT THE END OF THIS YEAR, BUT WE HAVE TO FEAR THAT FOR THE TIME BEING WE HAVE NOT YET OVERCOME THE PROBLEMS. EVERY DAY WE ARE PRESENTED WITH ANALYSES ABOUT HOW IT COULD HAVE GOT TO THIS, WHETHER THERE WAS ENOUGH MONITORING, WHETHER OLD ECONOMIC MODELS STILL WORK, WHAT HAS TO HAPPEN TO SOLVE THE PROBLEMS, ETC.

The fact is that the shrinking economy is also influencing the sectors MODINT represents (fashion, interior design, carpets and textiles) hard at present. There is also the inflexible and risk-avoiding attitude of the banks and credit insurers, which is seriously hampering our economy from smoothening out. As if that were not enough, our members are also being faced with all manner of charges from large retail businesses, the creativity of which often knows no bounds. The unilateral passing on of their own problems onto suppliers is at odds with the chain partnership that these selfsame firms usually advocate. Creativity can be better used to strengthen enterprise and cooperation in the textiles, carpets and clothing chain. In this way we will be better able to withstand the present problems.

To our delight, the creative sector – of which fashion, carpets and textiles are a part – is receiving plenty of attention. MODINT has an initiatory, stimulatory and executive role in this. For this, we are relying on our country's omnipresent creative design talent. But the sector will become much stronger still if we can link this creativity to innovation, another spearhead in our long-term policy. Innovation in the form of, for example, new fibres, materials, production techniques and sustainability. This link must ultimately lead to interesting and promising product/market combinations. Creation and innovation can also extend themselves to other areas of policy, such as financial or social policy.

Unsurprisingly, the subject of this annual report is creativity and

innovation. Experts from different disciplines give their verdict on the opportunities and threats. It is very clearly evident from their outlook that creation and innovation, as anchors in business policy, are more necessary than ever. Only in this way will we be able to secure the future of our sector. I think you will be very inspired after reading this annual report.

**Alphons Schouten**  
*Chairman*



# Association

In the association year 2008 we put in extra effort implementing the six spearheads in our policy plan: chain partnership, internationalization, creation and commerce, innovation, policy concerning conditions of employment and training, doing business in a socially responsible manner and sustainability. In this annual report we will outline what progress has been made. This usually comes out in one or several of our membership groups. Further information on our activities can be found in current files.

## PURCHASING POWER

The economic and financial crisis is producing increasing uncertainty among suppliers regarding the development of turnovers and returns in 2009 and in subsequent years. At the same time they are repeatedly faced with attacks on the margins they are achieving, because buyers are implementing unilateral changes in payment conditions. These are having a directly retrospective effect, i.e. an effect on previously placed orders. In communication with buyers, politicians and officials concerned, MODINT consistently points out the principally reprehensible nature of such measures. The crisis affords us the opportunity of discussing the developments at a higher official level and to seek roads leading to a more balanced situation in the market. MODINT estimates that a change to the Mededingingswet (Dutch law on competition) is necessary for this. Achieving this in the short term will not be possible, however. For that reason we are continuing to

concentrate in the meantime on relevant developments and we are advising individual member firms on these problems. In addition to this we are performing a pioneering role when it comes to formation of a broad-based coalition of industry associations, the member firms of which are also suffering the effects of purchasing power.

## COLLECTIVE BUYING

In the spring of 2009, MODINT published the first version of the Member Benefits Guide. In it, all collective schemes are listed in a neatly arranged and appealing manner. Many MODINT members are making use of one or more schemes and often saving considerable amounts on their operating costs in this way. MODINT is seeking to extend further the number of collective schemes in the years to come as well. Unsurprisingly, at a certain point we will publish a new version of the Member Benefits Guide again.

Doing business in a socially responsible manner and sustainability During the 2008 Annual General Meeting, the MODINT policy on doing business in a socially responsible manner and sustainability (known in the Netherlands as MVOD) was presented and approved. This has contributed to many businesses actively looking for the best way in which to give (further) interpretation to these broad terms, not only in 2008 but also in 2009 and subsequent years. The new MVOD working party will meet for the third time in the spring of 2009 to discuss current

developments. In this they are allowing themselves to be inspired and informed on relevant subjects by external speakers.

In 2008 and in the first half of 2009, MODINT paid a lot of attention to the process surrounding governments making purchasing sustainable. We also looked at the way in which businesses operating in international chains can best take up and fulfil their responsibility in this area.

We are no supporter of statutory regulations and unsurprisingly we support the declaration on this issued by the SER (Dutch Social Economic Council) in December 2008. As far as possible we encourage member firms to integrate attention to MVOD into their operational management. In this way it will be possible subsequently, through avenues of improvement, to arrive at more sustainable forms of doing business in both the environmental and social domain. MODINT is pleased to find that the number of businesses associated with initiatives like Fair Wear Foundation or Made-By, or that are using the services of BSCI, is still on the increase. We wish to help member firms set up and implement avenues of improvement, abroad as well. For that reason we have applied for a grant for projects that enable local producers to deal pragmatically with improvements to working and environmental conditions. This will take place in collaboration with our sister organization in China and consultancy IVAM. In broader context, MODINT is striving for further harmonization of existing systems and agreements with respect to the IAF or ITMF.

# Association

## EVENINGS ON THE AMSTEL

Nothing is as fickle as fashion. One day you're 'hot', then before you know it you're 'not'. How do you become hot again? This was the subject of the Evening on the Amstel held in the AMFI's auditorium in Amsterdam in April last year. John Ouwejan, Managing Director at Quick, and Jacques van Gils, Director at The Makers, gave their verdict on this question. Both have many years of experience in the fashion industry and have been through the industry's decline and resurrection. This was the thirteenth Evening on the Amstel. The number 13 is associated with bad luck and calamity, but on this evening both gentlemen examined the opportunities the industry has to bring about the revival of a brand or company.

The fourteenth Evening on the Amstel took place in April of this year. There the subject was the current status of the Netherlands as a country of production and possible developments in the coming years. Dick Hendriks, Group Director of Research from Royal Ten Cate, and Nannet van der Kleijn, Deputy Manager of AMFI, gave their outlook. Both Evenings, an initiative of MODINT Academy and AMFI, had an extremely high attendance level, with visitors from the industry, lecturers and students.

## TERMS OF EMPLOYMENT, EDUCATION AND TRAINING

### TERMS OF EMPLOYMENT

On 30 April 2008, the 2005-2008 Collective Labour Agreement (known in Dutch as CAO) for the Fashion, Interior Design, Carpets and Textile Industry (MITT) expired. History was being written: for the first time, after only two meetings for negotiation and in good harmony with the trade unions, a new MITT CAO has been signed with a high

degree of market conformity. The principle agreement was reached on 4 March 2008. After a number of critical comments, the members gave it the go-ahead on 13 March.

At the time of the CAO being signed, salary agreements having a high degree of conformity to market levels were in force. At that time there was talk of labour shortages in our sector as well. There was need for a new influx, retention of skilled staff and to characterize the sector as innovative and attractive, with exciting and broadly variegated functions. Unsurprisingly, efforts in the negotiations concentrated on a well-considered wage subsection, optimizing flexibility with regard to work for companies at corporate level, training and education and promotion of the sector.

The new MITT CAO for 2008-2010 will last 26 months and will expire on 30 June 2010. Salaries will be increased by 3.5 % as of 1 May 2008, 3% as of 1 May 2009 and 0.5% as of 1 January 2010. In addition to this, an extra increase in salary has been agreed to encourage young people to finish their lower secondary or secondary vocational training.

Occasionally the greater work flexibility that is desired can, in consultation with the works council/workers' representation/staff meeting, be arranged at corporate level; for structural agreements on more work flexibility, consultation with the trade union is required. This is in line with the regulation concerning consultation in the old Arbeidstijdenwet (Dutch law on working hours and breaks), which has been incorporated into the CAO a standard regulation.

Various agreements were made on training and education too, and integration of social funds. As a result

of this, from 1 January 2009 the Sociaal Fonds Confectie-Industrie (Clothing Industry Social Fund) and the Sociaal Fonds Textielindustrie (Textile Industry Social Fund) will be integrated into the MITT Social Fund and the costs for both sectors will be in harmony. In addition to this, agreements have been made on maintaining a good educational infrastructure and a proper educational offering for our sector after the intended liquidation of the LIFT Group. In the preparatory stage, parties to the Collective Labour Agreement will give financial support to the MODINT initiatives, which are oriented towards taking over the tailored training courses from LIFT Group through the MODINT Academy.

It was also agreed that the performance of so-called EVC scans (scans for recognition of skills acquired elsewhere) will be encouraged. Funds will be made available to up to 500 employees for this.

Finally, agreements were made on research in various areas, such as research into the effects of the so-called wachtdagenregeling (regulation on days qualifying for sickness benefit), into the problems arising for/with employees declared less than 35% unfit for work in the sense of the WIA (Dutch law on work, income and work incapacity), and into the sticking points in relation to the 4-shift system.

Whilst developing the new CAO, it was not foreseeable that the Netherlands would be hit by a serious economic crisis in the course of 2008, which has deeply affected some companies in our sector. At the time of writing, MODINT sees in this report no cause to review the 2008-2010 MITT CAO prematurely. MODINT has invited the trade unions to discuss the situation in the industry and that discussion will already have taken place by the time this annual report is released.

## TRAINING AND EDUCATION

After a thorough orientation towards the future, parties to the MITT CAO decided to accommodate LIFT Group's training activities with new partners. The size of LIFT Group, too small as it was, offered insufficient guarantees for the future that the specific qualifications and the offer of industry-specific training and tailored activities could be safeguarded.

As of 1 January 2009, the LIFT Group activities have been transferred to Kenniscentrum Handel (knowledge centre for vocational training courses in the retail, wholesale and international trade sectors) and MODINT. Training and education constitute a spearhead in MODINT's policy. Social partners are continuing the (ESF) subsidy activities in the MITT Educational Fund foundation (MITT SO). LIFT Group will be dissolved on completion of this transfer. Thanks to this construction a fully fledged training and education package will also be there for the industry in the future.

Provision of qualifications at secondary vocational level and the accreditation and the support of companies offering internships (the statutory responsibilities within the framework of the WEB – the Dutch law on education and vocational training) will be placed under the Kenniscentrum Handel as of 1 January 2009.

MODINT has taken over the industry-specific training and the tailored activities and placed them under the new legal entity, MODINT Academy BV. Also the use of Compacity, the e-learning tool for the sector, is temporarily in the hands of MODINT Academy. MODINT Academy must grow to become the industry institute in the field of non-regular education and training. The institute wishes to contribute to an increase in the level of knowledge in the fashion, interior

textiles, carpets and textiles sectors. It also wishes to maintain and further develop the technical knowledge in these sectors by means of a proper and affordable range of trainings for as many companies and workers as possible. A start is being made with a mixture of tailor-made routes and a narrow, but clear, course range of open enrolment trainings. With this last range, an attempt is being made to serve the fashion sector effectively. As a result of these changes and additions, MODINT expects to be able to offer member firms in the industry a suitable range.

## DIVISION OF COLLECTIVE LABOUR AGREEMENTS (CAO)

In 2008, headway was finally made in the files relating to the delineation of the MITT CAO and the Textile Wholesale Trade's CAO, or the House & Home CAO.

Under the direction of a mediator and in good consultation, MODINT and the Social Committee of Employers in Wholesale in Textiles and Related Products (SCTX) are diligently busy developing practicable criteria so as to be able to draw a clear dividing line between both collective labour agreements. The dispute with House & Home CAO regarding the delineation has meanwhile been resolved. In principle, curtain workshops fall under the MITT CAO; the only exception being companies that are a member of the Central House & Home Industry Association (CBW).

## MEMBERSHIP GROUP FASHION

### CREATION AND COMMERCE

MODINT is strongly oriented towards initiatives and activities intended to bridge the gap between the great creative talent in the Netherlands and commerce. Discussions on this with a

number of concerned parties are in full swing. Also in 2008 we provided assistance through MODINT Export to the Dutch Touch programme of the Dutch Fashion Foundation, which took place mainly in Milan.

In September, the designers Klavers van Engelen, Spijkers en Spijkers, Hans Ubbink, Marcha Hüskes and Mattijs presented their new spring/summer 2009 collections during the WHITE trade show. The project was supported financially by the Ministry of Economic Affairs's Economic Information Service (EVD).

At the start of December, under the direction of State Secretary of Economic Affairs Frank Heemskerck, the largest ever Dutch trade delegation descended on Hong Kong. Nearly 300 participants from the design, fashion and architecture sectors, accompanied by (among other people) delegates from councils, universities and schools for higher vocational education, pounced on the Business of Design Week in Hong Kong in order to promote their products, make professional contacts and/or to extend networks. During the delegation's visit to this important Asian city, numerous business and cultural events took place under the name Open Minds. This happened with the great support of, for example, the Ministry of Economic Affairs, the consulate there, Delft University of Technology and the Hong Kong Trade Development Council. The Netherlands was partner country of the Business of Design Week and Hong Kong knew it! During the Design Week congress programme, some thirty Dutch keynote speakers made an appearance, including Marlies Dekkers, Marcel Wanders, Rem Koolhaas and Hella Jongerius.

The fashion delegation of some 35 people was led by MODINT Export. The activities section, which was

# Association

geared specifically toward the fashion sector, encompassed 'match making' meetings between the participants and interested companies in Hong Kong, a visit to Chinese manufacturers in Shenzhen (China) and a mini-seminar on Dutch fashion. In this, G-Star, LCC and fashion designers Monique Collignon and Hans Ubbink presented their outlook on fashion.

The climax was naturally the fashion show with Dutch designers. This had been organized by the Dutch Fashion Foundation in collaboration with MODINT and intended for buyers and press from Hong Kong. The show took place on the roof terrace on the 28th floor of the trendy and prestigious Seuva Club. In the presence of Frank Heemskerk and against the backdrop of the spectacular Hong Kong skyline, the collections of Mada van Gaans, Monique Collignon, Hans Ubbink, Bas Kosters, Van Markovic, Catta Donkersloot and Claes Iversen were shown. The design and architecture sectors had their own programme in addition to the joint activities. It was the first time that Dutch design, fashion and architecture were presenting themselves together abroad. The intention is to repeat this in October this year in Shanghai's Design Week.

Dutch Design, Fashion & Architecture DutchDFA - Dutch Design Fashion Architecture - is a demand-driven programme oriented towards strengthening and consolidating the international position of the most prominent sectors of the Dutch creative industry: design, fashion and architecture. By means of design, the DutchDFA wishes to build long-term international partnerships which relate to the world of today. As a consequence of this, the design, fashion and architecture sectors will

exhibit together abroad over the next four years. China, India and Germany (particularly North-Rhine Westphalia) have been designated as spearhead countries in this. The programme is an initiative of the Ministries of Foreign Affairs, Economic Affairs and Education, Culture and Science and is being supported and implemented by MODINT, the Institute of Dutch Designers (BNO), the Royal Institute of Dutch Architects (BNA), the Association of Dutch Interior Architects (BNI), the Netherlands Architecture Institute (NAI) and the Prensela Foundation. The first joint activity took place during the above-mentioned Business of Design Week in Hong Kong last December.

MODINT is delighted with the initiative. It means that the creative sector is being recognized as an economic powerhouse. We have repeatedly argued for the promotion of design (in its widest sense) abroad. The turnover from creative activity in the Netherlands is estimated at more than € 50 billion, with an added value of over € 20 billion.

#### CHAIN DIGITALIZATION

Organizations like MODINT, MITEX, FGHS, FNLW, Vimagro, Intres and Eurecto are collaborating closely in the Chain Digitalization Fashion, Shoes, Sport platform. Together we wish to encourage more companies in these industries to start working concretely with electronic data interchange (EDI). This should be done more simply and more efficiently as well. Here, the focus is on the interchange of item information (PRICAT), order confirmation and resale figures. Since the creation of the platform in 2007, the number of companies using EDI has grown considerably. In the period running from spring 2007 to February 2009, the number of

transactions went from an average of 5,000 a month to 70,000 / 100,000 a month.

During this period, significant results were achieved in the field of simplification, efficiency and efficacy. Thus procedures for starting up EDI have been improved and simplified, standards have been developed and the level of knowledge and the skill of users have been increased.

The various pilots that the platform carried out were finished at the end of 2008. As of now, the platform will roll out the knowledge acquired in the past two years further in the three industries.

#### MEMBERSHIP GROUP HOLLAND CAREER AND WORKWEAR

Holland Career and Workwear (HCW) is the special membership group within MODINT of suppliers of company, professional and promotional clothing and accessories. HCW looks after the interests of its members in all kinds of areas, including fire safety and labelling. But HCW also occupies itself with the regulation that the government promulgates for our industry. HCW's added value also lies in the area of public relations and information and in collective promotion. In the first instance HCW wants to reach the decision-makers on and wearers of workwear and image clothing with its promotional activities.

#### CORPORATE FASHION AWARDS

On 20 November 2008, the HCW Corporate Fashion Award was presented for the fifth time. This award (in several categories) is intended for companies managing to present their chosen image in the most striking way by means of their company clothing. An overcrowded hall with an enthusiastic audience and the

professional presentation by Fabienne de Vries once again made this presentation a successful event. The expert jury consisted of fashion designer Jessica Joyce, communications expert Marieke Koning and Deputy Manager of the Amsterdam Fashion Institute (AMFI) Nanet van der Kleijn. Together with more than 250 people in the hall they came to the following winners:

#### Categorie Workwear:

Schijvens Confectiefabriek - Strukton Bouw & Vastgoed

#### Categorie Representative Corporate Wear:

Emergo Textile Projects - Martinair

#### Categorie Corporate Wear:

Company Fits - Pathe Cinema

#### Categorie Medical Wear:

De Berkel Confectiefabriek - Bronovo Ziekenhuis

#### SUSTAINABLE PURCHASING GOVERNMENT AND CRITERIA FOR THE WORKWEAR INDUSTRY

In 2008, the Dutch government unfolded its plans to buy 'sustainably' from 2010: 100% at national level and at least 50% at provincial and municipal level. Many authorities lower down will strive to be able to achieve more than this 50%. And commercial parties and companies, doing business in the B2B environment, will presumably also use the criteria being developed by the government to become 'more sustainable'. These criteria are therefore important for the workwear industry. On behalf of the government, SenterNovem in Utrecht is developing the necessary criteria for around eighty product groups. MODINT/HCW are consulting intensively with SenterNovem on the draft criteria. Together the position of MODINT/HCW has been established. The import of the reaction of MODINT/HCW in the formal consultation round can be traced back to two elements:

- 'Sustainable' does not exist, but 'making things sustainable' is a process in which everyone can participate. What the best step is for each supplier depends on many factors and can best be assessed by that supplier. If a process approach is being selected, companies have to develop a transparent outlook on making things sustainable and to this end they have to also draw up policy.
- Material requirements too distant from the daily practice of doing business (e.g. questions regarding the EU Ecolabel level or, when awarding a contract, giving points for use of organic cotton despite this being available only in extremely limited quantities) may perhaps lead to making the world being nicely 'sustainable' on paper, but will not turn out to be sustainable. For sooner or later it will become clear that not much will come of genuine improvements in working conditions or environment.

At the start of 2009, the criteria for Sustainable Purchasing are being established formally. What is primarily uncertain is whether the advocated 'process approach' can endure the legal test. European legislation on submitting government tenders now only allows a process approach if it is a matter of supplying services to government, and not if it concerns supplying products. Unsurprisingly, MODINT/HCW is arguing that 'package supply' be considered as a 'service'.

#### COLLABORATION

For a while now, HCW has been working with the industry association for the Industry Association for Working Conditions, Health and Safety (AVAG). As early as 2006, this collaboration resulted in the successful Day of Tenders. In 2008, together with

Kluwer, the Safety & Fashion @ Work event was organized. HCW and AVAG were in attendance with a joint stand. All workwear and corporate clothing sectors were represented at this event. In 2010, the event will be extended with the Corporate Fashion Award 2010.

#### MEMBERSHIP GROUP KNITTING HOLLAND

Good work takes time. This was certainly the case with MODINT's publication in May 2008 of the booklet *The Dutch Knitting Industry*. This beautifully designed and accessible booklet contains the profiles of the knitwear production firms in the Netherlands representing the membership group Knitting Holland. For financing of the booklet, we were able to appeal to the SFETR fund, which manages assets to support the knitwear industry in the area of R&D (Research & Development) and in the field of technical innovation. The booklet is chiefly intended for lecturers and students on Dutch textiles and clothing courses and gives a current picture of the knitwear production capacity still present in the Netherlands. The booklet also contributes to closing the gap between industry and education, training and creation. In the spring of 2009, the launch of a voucher system is planned. Using these it will become easier for students from six training institutes to buy in production from the knitwear production companies that are listed in the aforementioned booklet.

#### MEMBERSHIP GROUP NTC

The management of the membership group NTC is investing in personal contact with businesses that have been classified in this membership group. As a result of this, the management is

# Association

getting a better idea of the collective interests of the businesses concerned, which form a particularly heterogeneous group. On the basis of a communication plan that was established at the start of 2009, both contact between the members themselves and external communication will be improved. In addition to this, MODINT will continue to support the members of the membership group NTC with services in the field of terms and conditions, credit management, credit insurance, work and law, purchasing and production and export support.

## MEMBERSHIP GROUP VNGA

In 2008, the VNGA occupied itself primarily with developing the Training for Curtain Workshops further. Mid 2008 the introductory module 'making curtains' and the module 'cutting curtains' were completed. In the final quarter, companies tested these modules in practice. Work was also done on getting as wide a foundation as possible for the development of the other modules (locking, hemming, measuring and hanging a curtain, pleating and finishing). Experience teaches that this is an intensive process, requiring a lot of time.

## MEMBERSHIP GROUP VNTF

### SUSTAINABLE CARPET, A CREATIVE AND INNOVATIVE CHOICE

Like all sectors, the carpet industry has also not been able to get away from the economic crisis that caught us unawares at the end of 2008. The crisis came right at the point when the sector was busy turning round its falling market share in the floor covering market and was dedicating itself to continued effort to make product and production sustainable. The statement in our previous annual

report that it was the market's turn when it comes to sustainable consumption struck a sympathetic chord to some extent. Within its 'sustainable purchasing' programme, the government recognizes the European GUT label, under which our members produce, primarily in order to get rid of hazardous materials in the product. But our sustainability goes further. In the e-learning module for the retail trade (HomeWork from the Central House & Home Industry Association (CBW)), the sustainability of carpet is brought lucidly to the attention of sales staff in the shop: carpet is energy-efficient (heat comfort), sound-insulating and in itself does not contribute to allergies and asthma. Above all, our carpet producers are increasingly more creative and innovative. Sustainability is a source of modernization in this too. Whether it is a question of a carpet tile based on a universally appealing Cradle-to-Cradle concept, a company-specific Mission Zero with Fair Works products or a niche development of fully biodegradable coconut mats, the carpet companies have rolled out sustainability wall-to-wall under the GUT label. And another thing is that with a carpet produced in the Netherlands or Europe, any socially sensitive issues that often characterize production in developing countries do not enter the picture.

### MJA3

In 2008, a new covenant was signed with the government on the 'energy-efficiency' outlook (MJA3). Within this long-term agreement (2005-2020) there is a continuing effort to make production energy-efficient: 45% more energy-efficient in 2020 (the counter is already at 46% more efficiency in 2008 compared to 1998). In the sphere of the chain approach, the optimum

method of waste processing will be looked into in 2009: use of energy as is currently the practice or re-use of resources.

### LOGISTICAL PROJECT

For a while now, the VNTF has been working on a logistical project which entered a new phase in 2008 and is linked to the MODINT logistical project. To this end, discussions were held with various carpet manufacturers in order to chart the options and wishes. In order to achieve optimization of transport in practice, work is being done on developing practical solutions that fit in with securing continuation supply to wholesale and retail. The sights are set on optimization of combining deliveries, dividing regions into delivery days and reducing frequency of delivery. Within fashion distribution, extremely interesting experience is being acquired with a regional warehouse.

### HEALTH & SAFETY CATALOGUE AND INDUSTRY TRAININGS

In 2008, innovative developments occurred in the social area too. Thus the VNTF conceived a Health & Safety catalogue containing 'good practices' for the carpet and textile industry. The aim of this is to drive back potential risks on the shop floor. The Health & Safety catalogue will come into being in consultation with the trade unions and is expected to be ready in the autumn of 2009. In addition to this, a pilot has been set up to have the practically-oriented industry trainings for carpet manufacture 'harmonize' with the new national educational structure of skills-oriented training, to which secondary vocational education will be bound from mid 2010.

### INNOVATIONS

With an eye open to the future (year in

view 2030), the sector is looking together with experts at the opportunities for the carpet product and how we can capitalize on these using technical and product/market innovations. The successful completion in 2008 of the pilot surrounding the 'zoom mat' concept (carpet as - temporary - road surfacing) is a good example of this. Concrete innovation plans for the next three years are expected to be put into effect in 2009 in an Innovation Performance Contract (IPC) under the wide MODINT flag. Here it concerns a combination of innovation plans from the MODINT membership groups within an IPC, with the accompanying financial support from the Ministry of Economic Affairs. In this way we overcome the crisis together.

### PROMOTION AND COLLABORATION

Communication with members in the industry is an important subject for the VNTF. The VNTF Information Bulletin comes out four times a year to provide members with comprehensive information on important subjects and developments that concern them. The consumer brochure on Carpeting & Asthma will be re-issued in 2009. We are working together with the CBW in the Carpets Platform, in which various organizations from the carpet production and marketing chain are represented. The objective of the Carpets Platform is, in response to a SWOT analysis, to prioritize action points with regard to the product, retail trade and the consumer. This will be fleshed out concretely in 2009.

## MEMBERSHIP GROUP VTN

Mid 2008, the third long-term covenant MJA 3 was able to be signed after all between the government and various industry associations,

including MODINT's membership group VTN. This signing not only marked the end of a long process of preparation, but – perhaps even more – the beginning of a long path that is to lead to considerable environmental improvement and reduction of energy consumption in 2020 compared to 2005, with a continuation on to further savings and improvements until 2030. To develop this, work is being done on a 'roadmap', which will reflect the possibilities (and impossibilities). Part of the activities that took place in connection with the MJA 3 related simultaneously to the Research & Development calendar, which has been developed for the VTN members. In order to finance the implementation of the innovation projects connected with this, VTN has appealed to one of the government's subsidy schemes (IPC scheme). It recently became known that the subsidy application for drawing up the innovation projects for each company separately has been awarded. With this, an important step can be taken in the direction of the actual implementation of VTN's research agenda.

In the second half of 2008 it became clear that a subsequent step was desirable in the process of integrating VTN within MODINT. After the members of the VTN membership group had approved a proposal from the management, they were able to indicate what support they wished to receive from MODINT, in addition to the protection of collective interests from the association. At the start of 2009 it emerged that interest in the Work & Law module was only a fraction smaller than interest in the newly created Industry module.

In the spring of 2009, VTN signed a large collective purchasing contract for

the provision of gas (and electricity) in the years 2010 and 2011. VTN is filling a clear need with this. This is evident from (among other things) the fact that all 32 businesses that had indicated interest in it also actually participated in the contract.

## DEVELOPMENT MEMBERSHIP FILE

The world of textile, carpet and clothing manufacturers, traders, agents and importers is constantly in motion. With the exception of textile and carpet manufacturers, the entry threshold to the market is extremely low. Due to the open market structure, there is also great pressure from competition. As a consequence of this, MODINT's membership file is constantly subject to change. On balance, the number of members fell by 30 in 2008, so that the number of members on 1 January 2009 stood at 774. In the first quarter of 2009, this number has grown once more towards 800 members.

2006	2007	2008	2009
790	771	804	774



# Consultancy and Creditmanagement

FOR MODINT BV, 2008 WAS THE BEST YEAR EVER. NET RETURNS WERE SUBSTANTIALLY ABOVE THE ESTIMATE AND WERE MORE THAN 50% HIGHER THAN IN THE PREVIOUS YEAR. PROFIT AMOUNTED TO AROUND 16% OF TURNOVER. CONSEQUENTLY, COMPARED TO 2007 THIS PROPORTION WAS IMPROVED BY NEARLY 50% AS WELL.

In this outstanding year, turnover growth and price control were the cornerstones, to which the economic decline in the fourth quarter could do no harm. Staffing grew slightly by 2.5 FTE to 41.7, in which expansion was primarily achieved on the basis of contracts. There was little staff turnover and absence due to illness came to 2.45% as at year end. In organizational terms no significant changes took place. There was investment in a marketing role in order to promote the wide range of services more professionally. MODINT's internal and external activities require fine tuning to seasonal patterns in our industry and better management of the sometimes overcrowded activity calendar.

## CROSS-BORDER ACTIVITIES

On 16 October, the first MODINT Golf Tournament was held in Nijmegen. This was immediately deemed amenable to being repeated. Thanks to the support from, among others, Mercedes Benz, many clients and contacts enjoyed a fantastic autumn day on the hilly Groesbeek course, close to the German border. Thus we were able to look at the 'Hinterland' while we played, where MODINT is preparing its GmbH activities. Initially

this will concern activities relating to collection of accounts. Because IT support is of great importance in this, last autumn a conversion project to a new WATCH version was launched. The aim of this is on the one hand to provide an improved service for Dutch customers and on the other hand to lay the foundations for integration of future cross-border activities. The project is expected to be completed this summer. Although this year's estimate lies at a somewhat lower level, the first months are not yet running down. MODINT BV is offering its clients a competitive and supportive package of services, as a result of which the entrepreneur in our industry will not be alone in the dynamic year 2009.

## CREDIT MANAGEMENT

Proportionally, the credit management company provided the largest contribution to the turnover and returns of MODINT BV. With the specific industry concept MODINT BV is offering as credit management solution, we are still market leader in this segment. Last year our position was reinforced further. The contribution of foreign collections is higher than the Dutch contribution. This is the reason for rolling out this concept globally.

The economic decline requires liquidity and as a result of this the 'cash is king' credo applies. For that reason, the role of supplier credit is increasingly important. So as not to serve as buyer's banker, receivables are unsurprisingly parted with more quickly. Good delivery and payment terms are increasingly important here. Unsurprisingly, the MODINT terms revised in 2008 will come out well. In this time of crisis, disputes are on the increase. These can be resolved more quickly on the basis of making clear and unequivocal agreements. Factoring companies and credit insurers are also increasingly making demands on the terms under which suppliers and buyers do business with one another. Credit insurers in particular see nothing but risks in the market at present and quickly find reasons – with the terms of the policy in hand - to reject claims. This is also partly due to the lack of good delivery and payment terms. Under the motto 'prevention is better than cure', many credit limit requests are not being accepted, or are being withdrawn. With the industry policy MODINT BV is clearly showing its added value; many limit withdrawals can be reinstated with Euler Hermes. Through The Hague and Brussels, MODINT is

calling on the cabinet and the European Commission to urge banks and credit insurers to keep companies healthy and not to further fan the adverse economic wind. With a further increase in the expected number of bankruptcies, credit management will certainly continue to be a subject on the entrepreneur's agenda for 2009. MODINT is continuing to work on further innovation. Last year [www.modintbetaalgarantie.nl](http://www.modintbetaalgarantie.nl) was introduced and we will shortly be launching a partnership for requests for financing.

## CONSULTANCY

Thanks to MODINT BV's consultancy services, the knowledge constantly flowing into MODINT can be passed on to the consultancy clients in an effective way. Through the merger with textile industry association VTN, work was done in 2008 on broadening consultancy services to this target group. Employment law consultancy, combined in the Work and Law module, was the first service. A good and logical choice, because the textile manufacturers, as well as many fashion companies, fall under the Fashion, Interior Design, Carpets and Textile Industry Collective Labour Agreement. In addition to the employment law services, which range from answering questions to supervising reshuffles, the Work and Law module offers a unique specialization – 'agent and distribution contracts' – of which much use is being made. In light of the difficult economic circumstances in 2009, we are expecting companies will make a lot of use of the employment law expertise.

**EXPORT AND SALES IN THE NETHERLANDS**  
MODINT has supported export since time immemorial. This was also the case again in 2008. Under the flag of MODINT Export, our consultant International Marketing and Sales groups accompanied MODINT members on trade delegations to Russia and Spain and to trade shows in Shanghai, Dubai and Moscow.

Thanks to the Foreign Market Support module, companies received advice, market reports and retailer information. For most MODINT members export is a precondition for existence. Unsurprisingly, MODINT BV is continuing to support companies in as concrete and practical a way as possible.

For the majority of MODINT members, the Dutch market is naturally the biggest. In 2008, our consultancy will increasingly be focussed on improving returns. We show members how they can perform better, if they adapt their collection, their organization or their collaboration with customers.

A specific point of interest was 'fast fashion', on which two full-day seminars were organized. In view of the success of this and subsequent seminars, we will have a lot more to say about this subject in 2009.

**PURCHASING AND PRODUCTION**  
The Purchasing and Production module had a highly successful 2008. More and more companies are discovering that MODINT BV has unique knowledge on hand on a number of very specific technical subjects. The advisors from the Purchasing and Production module helped a large number of children's clothing suppliers, for example, to

adapt their collections to new product safety legislation (cord). MODINT BV has at its disposal the most current and comprehensive survey of so-called restricted substances in clothing in the Netherlands. Many companies are adopting this survey directly in their quality manual and/or supplier instructions. We will be translating complex information into clear and practical instructions for many companies in 2009 as well. Whereas the emphasis was on production safety in 2008, we are anticipating that MVO (doing business in a socially responsible manner) will become even more important in 2009. In 2008, MODINT BV already invested in products that help our members make choices in the complex world of MVO. We give our members a clear understanding of the MVO possibilities, of the pros and cons of any choices and of the way in which they can implement plans.

The year 2009 requires particular effort from MODINT. Proper support in creating financial space, improving quality and saving in costs is urgent. We also wish to inspire our members to enter new markets and/or develop new products. In 2009, we will pull out all the stops to attune our service package optimally to the needs in all MODINT membership groups.

# Ledenlijst

B.X.S. Boxi's v.o.f.	Amsterdam	BeKids B.V.	Amsterdam	BW Industrial Products B.V.	Winterswijk
10 FEET International B.V.	Amsterdam	Beauregard B.V.	Amstelveen	C & S Valkenburg & Co. B.V.	Scherpenzeel
2Gether Fashion B.V.	Rotterdam	Bébé K Bone B.V.	Geffen	C I International B.V.	Amsterdam
2-Pack B.V.	Nijmegen	Bedding House B.V.	Lisse	C.A.P. International B.V.	Bunschoten-Spakenburg
A&Q Fashions B.V.	Hilversum	Beebelove vof	Veldhoven	C.V. Bomba for Girls	Lisse
A.C. ter Kuile B.V.	Enschede	Belize Fashion B.V.	Amsterdam	Cabrio Mode B.V.	Rotterdam
Abeelen Fashion	Amsterdam	Bellascata B.V.	Utrecht	ÇAK Textile B.V.	Rotterdam
Action Wear Mode B.V.	Amsterdam - ZO	Bellissima B.V.	Landsmeer	Campo Coprint B.V.	Brummen
Adventure Sports BeNeLux B.V.	Oud Beijerland	Belt Fashion Eindhoven B.V.	Eindhoven	Capital Concepts B.V.	Amsterdam
Airforce B.V.	Zandvoort	Bemontex B.V.	Nieuwegein	Carbone B.V.	Geffen
Albert Westerman Groep B.V.	Lichtenvoorde	Berghaus Fashion Group B.V.	Amsterdam	Carbone Women B.V.	Geffen
All About Eve B.V.	Rijssen	Best Items B.V.	Noordwijkerhout	Carhartt B.V.	Amsterdam
Alliance Mode B.V.	Amsterdam	Best Wool Carpets B.V.	Best	Carleoni B.V.	Wijdewormer
Allied International Beheer B.V.	Terneuzen	Bestford B.V.	Amsterdam	Caron Sport- en Bedrijfspromotion	Hazerswoude Rijndijk
Altio B.V.	Drunen	Betina B.V.	Goor	Cartel	Hilversum
Ames Europe Enschede B.V.	Enschede	BÉWÉ Tapijt	Genemuiden	Cartouche Fashion B.V.	Drunen
Amsterdam Sports and Fashion Company B.V.	Amsterdam	Bieze Stork B.V.	Nijverdal	Centre Court Fashion B.V.	Geldermalsen
Anchor Workwear B.V.	Veghel	Billy & Lilly	Utrecht	Cevege Traders B.V.	Haarlem
Andor Fournituren B.V.	Weert	Biz-Niz Confectie B.V.	Oosterhout (Gld)	Chamlon B.V.	Ootmarsum
Anita NEDerland B.V.	Weesp	BLAF (Booster, Van der Linden Agency of Fashion V.O.F.)	Almere	Cher Fashion v.o.f.	Zwolle
Another World Kidswear	Oosterhout (Gld)	Blanket Bay Outdoor B.V.	Amsterdam	Cheuk Lam Silk Coconelle C.V.	's-Gravenhage
Approvato Fashion B.V.	Leusden	Blemish v.o.f.	Amsterdam	Chiron Gordijnconfectie v.o.f.	Rotterdam
Aritex Holland	Kontich	BLH Trading B.V.	Hengelo	Christian Sijnen Mode B.V.	Nieuw Vennepe
Arjatex B.V.	Duiven	Blosh B.V.	Amsterdam	Claesens International B.V.	Haarlem
Arkilite Knopen B.V.	Schaijk	Blouses Only B.V.	Aalsmeer	Claudy Fashion B.V.	Enschede
Arma LEder B.V.	Badhoevedorp	Blue Blood B.V.	Amsterdam	Clep B.V.	Winterswijk
Artex B.V.	Helmond	Blue Seven	Nieuwkuyk	Clothing Industry	Purmerend
Artimo Textiles B.V.	Roosendaal	Body Knit V.o.f.	Haarle	Clothing Professionals V.o.f.	Vijfhuizen
Artofil B.V.	Deurne	Bonaparte Tapijt B.V.	Goirle	Clothing Support B.V.	Nieuw Vennepe
Asics Europe B.V.	Hoofddorp	Borduuratelier Waenink B.V.	Harreveld	College Style V.o.f.	Ridderkerk
Atelier Waterschoot B.V.	Waalre	Borduurprofessionals B.V.	Breda	Collumn B.V.	Doetinchem
Ateliers Rare Toggery B.V.	Nijmegen	Bouwmans Tricotage	Beek en Donk	Compagnia II B.V.	Amsterdam
Atteljee Oosterwolde V.O.F.	Oosterwolde	Boys Essentials B.V.	Amsterdam	Company Fits B.V.	Apeldoorn
Audley BeNeLux B.V.	Lochem	Branded Agencies B.V.	Oosterhout (Nb)	Condor Carpets B.V.	Hasselt
B Basic B.V.	Tilburg	Brands in Mokum v.o.f.	Amsterdam	Conel B.V.	Zwolle
B C Fashion B.V.	Zwaagwesteinde	Brennels B.V.	Kraggenburg	Confectie Industrie Verbeek B.V.	Meerssen
B&B Corporate Knitwear v.o.f.	Beneden-Leeuwen	Brentano Tricot B.V.	Heemstede	Confectiefabriek B. Theuissen B.V.	Eersel
B.V. Handelsson C. Langemeijer	Amsterdam	Brink & Campman Interior B.V.	Lichtenvoorde	Confectiefabriek de Berkel B.V.	Varsseveld
Balca Fashion B.V.	Wijhe	Brockmann Fashion Trading	Sint Annaparochie	Content Gordijnenatelier B.V.	Wormerveer
Bandage- en Corsetindustrie Basko B.V.	Zaandam	Budelse Confectiefabriek "Bucofa B.V."	Goirle	Corel Amsterdam B.V.	Amsterdam Zuidooost
Bandolera B.V.	Rotterdam	Buena Ladieswear B.V.	NeEde	Corn. van Dijk B.V.	Amersfoort
Bapero Business Group B.V.	Enschede	Buena Shirts B.V.	NeEde	Corus Fashion B.V.	Amsterdam
Bartos Fashion B.V.	Rijswijk (Zh)	Bugaboo International B.V.	Amsterdam	Cotton Casual B.V.	Baarn
Basic Fancy Line B.V.	Breda	Buur Associates B.V.	Uitgeest	Cowboy's Belt B.V.	Weesp



Creations of Leijten	Gemert	Dutch Glory B.V. i.o.	DEN HAAG	Framarand B.V.	Joure
Cri Cri	Vessem	Dutch-Carpets.Com	Genemuiden	Freetex B.V.	Zwanenburg
Crown East Europe B.V.	Doetinchem	Dutchy Trading B.V.	Amsterdam	Fros International B.V.	IJsselstein
Cuilliere B.V.	Lijnden	E & E Fashion B.V.	ZUNDERT	Fully Fashion B.V.	Loenen a.d. Vecht
Cunera VloerbEdekking Woningtextiel B.V.	Rhenen	E & S Raber Mode Womens Division BV	Amsterdam	Fur-Textiles NEDerland B.V.	Enschede
Cyell B.V.	Stiens	EastzWest Services B.V.	Gouda	G.V.A. TextielverEdeling B.V.	Aalten
D5 Fashion V.o.f.	Amstelveen	Easy Selection B.V.	Molenaarsgraaf	Gaastra International Sportswear BV	Amstelveen
Dali Design	De Meern	ECC Couture B.V.	Oldenzaal	Galladio Corporate Fashion B.V.	Leidschendam
Dassenfabriek Mohair B.V.	Amsterdam	Eddy's Jackets B.V.	Schaijk	Gamma Holding N.V.	Helmond
DBM (Dutch Brand Management) B.V.	Tilburg	Edel International B.V.	Genemuiden	Gant	Amersfoort
De Fazant Kleding B.V.	Amstelveen	EFT B.V.	Tilburg	Garenfabriek Betex B.V.	Gemert
De Streng Holdings B.V.	Amsterdam	Elbrina Foundations B.V.	Geldermalsen	Gavotex Fournituren B.V.	Schaijk
Debo Eindhoven B.V.	Eindhoven	Eldena B.V.	Heino	Gebufa Beheer B.V.	Genemuiden
Deltex B.V.	Delden	Elshof Fashion B.V.	Laren NH	Gebufa Produktie B.V.	Genemuiden
Demix Design	Hoogezeand	Elti B.V.	Lexmond	Gentiluomo B.V.	Amsterdam
Demm Fashion Group B.V.	Amsterdam	Emergo Sportswear B.V.	Driebergen - Rijsenburg	George Pisa & Zn. Tailleurs B.V.	Eindhoven
Denham the Jeanmaker V.o.f.	Amsterdam	Engelvaart Tricot B.V.	Gouda	Gerjo B.V.	Haaksbergen
Dept B.V.	's-Hertogenbosch	Enia Carpet NEDerland B.V.	Goirle	Gerlon Confectie & Tricotage	Uden
Der Karnevalswierts B.V.	Heerlen	Enkev B.V.	Volendam	Golfjunkte International B.V.	Arnhem
Derofa Confectie-industrie B.V.	Haaksbergen	Erny van Reijmersdal Productions B.V.	Amsterdam	GorDÉco Gordijnatelier	Joure
Desso Group B.V.	Waalwijk	Es van Schijndel Textiel B.V.	Zwanenburg	Gordijnatelier Alida B.V.	Heerhugowaard
Desso Home B.V.	Waalwijk	Esprit Europe B.V.	Amsterdam	Gordijnenatelier 'De Nijvere Bij' B.V.	Zoetermeer
Devigo Ateliers B.V.	Borne	Esvo Campingsport B.V.	Volendam	Gordijnenatelier De Zoom B.V.	Ede
Dezzi's Lounge V.o.f.	Amsterdam	Ethics Kledingproducties B.V.	Baarn	Gordijnenatelier H. van der Lelie B.V.	Leiden
D'Hersigny Textiles	Mijdrecht	Eurobrooks B.V.	Alblasserdam	Gordijnenatelier Huizing B.V.	Hoogezeand
Dhio Fashion B.V.	Amsterdam	Eurosuit B.V.	Eemnes	Gordijnenatelier Rido	Slidrecht
Diagonal Design B.V.	Geleen	Exelle	Enschede	Gordijnenatelier Vermeulen	Rosmalen
Dick de Vries Modeagenturen v.o.f.	Amsterdam	Expresso Fashion B.V.	Amsterdam	Gordijnenatelier Westfriesland B.V.	Andijk
Diesel BeNeLux B.V.	Eindhoven	Extended Traders B.V.	Amsterdam	Groenendijk Bedrijfsschoenen en Kleding B.V.	Woerden
Digion B.V.	Maastricht	Faber Vlagproductie B.V.	Markelo	Grosso Moda NEDerland B.V.	Veenendaal
Dinana Fashion B.V.	Eemnes	Fair & Co. B.V.	Amsterdam	G-Star International B.V.	Amsterdam
Dobotex B.V.	's-Hertogenbosch	Fardem Packaging B.V.	Edam	G-Sus Wholesale & Design B.V.	Amsterdam
Doets Borduurinrichting B.V.	Doesburg	Fashion Business Club B.V.	Lijnden	H.F. Bodewes B.V.	Almere
Dokkum er Vlaggen Centrale B.V.	Zeist	Fashion Instinct B.V.	Amsterdam	Han Hulshof Knittings	Heemstede
Dolfing Regenkledingindustrie B.V.	Dokkum	Fashion Parts	Den Bosch	Han Styling & Produktie B.V.	Almelo
Dominicus Gordijnenatelier B.V.	Drunen	Fibre Concepts v.o.f.	Weesp	Hans Boodt Mannequins B.V.	Zwijndrecht
Don Digger B.V.	Kapelle	Fion Confectiebedrijf	Cromvoirt	Hans Con B.V.	Amsterdam
Donders B.V.	Nijmegen	Firma Creadea	's-Gravenzande	Hans Ubbink	Oude Meer
Donkersloot v.o.f.	Duiven	Fisser B.V.	Valkenburg	Harotex Gordijnenatelier B.V.	Helmond
Down Under	Bussum	Flexknit B.V.	Amsterdam	Havivank B.V.	Tilburg
Dream Windows	Abcoude	Forbitex International B.V.	Soest	HEDex Confectiebedr H C Heesen B.V.	Doetinchem
Du Pon & De Bruin B.V.	Middenbeemster	Force Majeure B.V.	Amstelveen	Heigo NEDerland B.V.	Elst (Gld)
Du Pon & De Bruin Collections B.V.	Aalsmeer	Four Trading	Papendrecht	HekonValentijn BV	Zwolle
	Aalsmeer	Fournier International Trade	Utrecht	Helena Hart B.V.	Amsterdam

# Ledenlijst

Hellenic B.V.	Oude Meer	Jaap Rijnbende B.V.	Amsterdam	La Mien v.o.f.	Rotterdam	Matoro B.V.	Helvoirt	Nooteboom International B.V.	Tilburg	Public International B.V.	Amsterdam
Henk van Doorn (Hevado) B.V.	Druten	Jago International B.V.	Beverwijk	La Moda Imprimé's B.V.	Someren	Matthews & Brothers B.V.	Oud Beijerland	Nooteboom Textiel B.V.	Tilburg	Pure Fashionwear	Zandvoort
Herb-Industries B.V.	Amsterdam	Janssens Internatio B.V.	Oisterwijk	La Strada Fashionhouse	Leek	Maycoat B.V.	Amsterdam	Norwol Import NEDerland	Beilen	R.G. Band Import B.V.	Amsterdam
Hertol B.V.	Sprang-Capelle	Javaci International B.V.	Weesp	Labels Corporate Fashion B.V.	Breda	Mc Crus International BV	Woerden	Not The Same B.V.	Rotterdam	Rainbowbabies B.V.	Joure
Het MoEderbedrijf B.V.	Amsterdam	JB International B.V.	Amsterdam	Lacerna Design For Men B.V.	Lijnden	Mc Gregor Fashion Group B.V.	Driebergen - Rijsenburg	NYDJ Europe B.V.	Amsterdam	Reckless Design B.V.	Wieringerwerf
Himpex Zaanstad B.V.	Zaandam	JBF Ceintures B.V.	Weert	Lady Pirola International B.V.	Apeldoorn	MD Fashion Company B.V. h/o	Amsterdam	O-Four B.V.	Amsterdam	Reedijk Knitting Factory B.V.	ommen
HMZ Fashion Group B.V.	Zoeterwoude	Jebor B.V.	Varsseveld	Lalicious v.o.f.	Zeist	MD Sales & Distributions B.V.	Rotterdam	O'Neill Europe B.V.	Warmond	Re-Membertex B.V.	Loosdrecht
Hoarse Fashion V.o.f.	Mierlo	JED Textiles B.V.	Amsterdam	Lampekapen Atelier Regina B.V.	Castricum	Melka Trading Limited	Amsterdam	O'Neill Netherlands B.V.	Leiden	Repeat Sales Promotions B.V.	Amsterdam
House of Labels B.V.	Meppel	Jewelz Agencies B.V.	Amsterdam	Lamu Import-Export B.V.	Heemskerk	Mendels Fashion Group	Dinxperlo	Oostina Confectie	Enschede	Rev'it Sport International B.V.	Oss
Hugo Boss BeNeLux B.V.	Amstelveen	JiL & SiL v.o.f.	Steenwijk	Lancer International Europe B.V.	Maastricht	Men's Club Fashion (Lijnden) B.V.	Lijnden	Ossfloor Tapijtfabrieken B.V.	Oss	Rezytex Konfektie BVBA	Rijen
Huisjes Sportswear B.V.	Loozen	JMA BeNeLux B.V.	Almelo	Landegent Clothing Consultancy B.V.	Amsterdam	Merunisha Moonilal B.V.	Den Bosch	Otazu B.V.	Amsterdam	Rhinetex B.V.	Zetten
Huisman Tricot B.V.	Beneden - Leeuwen	Jobber Workwear	Appingedam	Lankhorst Sneek B.V.	Sneek	Mexx Europe B.V.	Voorschoten	Overseas Scholten B.V.	Oud Beijerland	Rianne de Witte / Escudo	Breda
Hulleman Textiel B.V.	Almelo	Jol	Nieuwegein	Le Big B.V.	Amsterdam	Mexx Sport BeNeLux B.V.	Houten	P. de Lange Holding B.V.	Haarlem	Rido	Hengelo
HVEG Investments B.V.	Veenendaal	Jomo International Holding B.V.	Enschede	Le Papillon Europe BV	Amsterdam - ZO	MG Holland B.V.	Weesp	P.W.G. Bedrijfsveilige Kleding B.V.	Geffen	Rijnmond Textiles	Barendrecht
IC Companys NEDerland B.V.	Vianen	Jorown Fashion B.V.	Nijmegen	LEder International B.V.	Venlo	Mic-Ro H.H. Michaelis B.V.	Capelle aan den IJssel	Paletti Collections B.V.	Goes	Rikken Textiel / Dintex/	Hippolytushoef
Igor Design	's-Gravenhage	Jos Bles B.V.	Amsterdam	Ledùb Corporate Fashion B.V.	Budel	Miller B.V.	Bergen op Zoom	Pama Internationals B.V.	Oud Beijerland	Rimini B.V.	Amsterdam
I-Kidswear B.V.	Edam	Jos Bles Rosner B.V.	Amsterdam	Leevertex B.V.	Loosdrecht	Mim-Pi Import B.V.	Grootschermer	PAN v.o.f.	Amsterdam	Rinos B.V.	Genemuiden
Il 'Dolce International B.V.	Alblasserdam	Jos Willems Mode B.V.	Wijchen	Lerros International B.V.	Almere	Mirabel Corporate Fashion B.V.	Haarlem	Parade Tapijt B.V.	Soest	Riverside Clothing Intl. B.V.	Rotterdam
Immediate Fashion	Capelle aan den IJssel	Josephine & Co B.V.	Driebergen	Les Mar Fashion Group B.V.	Leiden	Mixi Modes B.V.	Amsterdam	Paswerk	Hoofddorp	Robert De Boer Mode Agenturen V.o.f	Amsterdam
Imps & Elfs B.V.	Amsterdam	Judith Fashion B.V.	Amsterdam	Levi Strauss NEDerland B.V.	Brussel	MJK Leathers V.o.f.	Ouden Bosch	Patrizia Pepe	Amsterdam - ZO	Roeland v.o.f.	Purmerend
Incotex Zaanstad B.V.	Zaandam	Juritex Kaatsheuvel B.V.	Kaatsheuvel	Lie Len B.V.	St. Anthonis	Modéca B.V.	Enschede	Patterns	Amsterdam	Ron Henze Mode B.V.	Lemmer
Innofa B.V.	Tilburg	Just Brands B.V.	Amsterdam	Litacs B.V.	Voorburg	Modehuizen Claudia Sträter B.V.	Diemen	Paul Hartmann B.V.	Amsterdam	Ronyx B.V.	Amsterdam
Instyle Brands B.V.	Enschede	Just Curtains B.V.	Kampen	Little B. B.V.	Hilversum	Modeplan Aubonton B.V.	Heusden	Pauw B.V.	Amsterdam	Rossi Holding B.V.	Purmerend
Integrated Sports B.V.	Nijkerk	Juvenis	Mijdrecht	Livid B.V.	Oostvoorne	Mol Konfektie International B.V.	Linteren	Peer & Company B.V.	Heemstede	Rubia Natural Colours	Steenbergen
Intercon	Kronenberg	Karma Bella B.V.	Dieren	Living Concept B.V.	Amersfoort	Monique Collignon Designs	Amsterdam	People @ Work Bedrijfskleding B.V.	Waalwijk	Rucanor Europe B.V.	Nieuwekerk a.d. IJssel
Interdrape B.V.	Almere	Kemex B.V.	Almelo	Lobstar-Label	Sneek	Moodstreet B.V.	Made	Peoples Origin B.V.	Nieuw Vennepe	Rumours of Clothing Industry B.V.	Amsterdam
InterfaceFlor NEDerland B.V.	Scherpenzeel	Ke-Pro B.V.	Weurt	Low Land Fashion International B.V.	Veenendaal	MorzXplore_! B.V. i.o.	Geertuidenberg	Pepperz	Vlaardingingen	S. Frankenhuis & Zoon B.V.	Haaksbergen
Interknit B.V.	Oisterwijk	Kidscase V.o.f.	Amsterdam	Luc Nooteboom Confectie B.V.	Tilburg	Moscow D-sign	Wassenaar	Petrol Industries	Oisterwijk	S. Oliver België BVBA	Meerssen
Interknits B.V.	Almere	Kimo B.V.	Enschede	Lucinda Fashion B.V.	Zaandam	MPD Accessories B.V.	Amsterdam	Philip Handsome B.V. i.o.	Den Haag	S. Oliver BeNeLux B.V.	Meerssen
International Design Hats	Heerlen	Kinder Outlet Groothandel Veldhoven v.o.f.	Veldhoven	Lunter Textiel	Bolsward	Multimat B.V.	Genemuiden	Philip van Praag Sigaar Import Export B.V.	Nieuw-Vennepe	S.I. Zwartz B.V.	Oldenzaal
International Fashion Factory Meerssen B.V.	Meerssen	Knipldee International B.V. h/o	Weesp	Luxor B.V.	Roosendaal	Mundia B.V.	Doetinchem	Pim Brankaert Company B.V.	Budel	S.J.S. International Holding B.V.	Aerdenhout
International Fashion Transfer New Style B.V.	Cuijk	Knit-It v.o.f.	Lichtenvoorde	M J M Productions B.V.	Maastricht	N.V. Varitex	Haarlem	Pinbone & Bannock B.V.	Breda	Saborn International B.V.	Sittard
International Shoulderpad Company v.o.f.	Oosterhout	Knits Only B.V.	Aalsmeer	M. van Houten Display B.V.	Rotterdam	Natascha B.V.	Amsterdam	Plasticfabriek Multishape B.V.	Ridderkerk	Salet Gordijnenatelier v.o.f.	Sevenum
Interstar Modes B.V.	Nieuw-Vennepe	Knitwear Clothing Consulting B.V.	Overveen	M.I.D. Carpets B.V.	Genemuiden	Nea Textielagenturen B.V.	Maastricht	Pleatex B.V.	Raamsdonkerveer	Sam Knitwear Industrie BV	Overveen
Intima Lingerie v.o.f.	Terneuzen	Kobes Plastics B.V.	Almelo	Machinale Brei-inrichting Jojo	Hoeven	Ned Dassenfabriek Mic-Ro Prod. B.V.	Capelle aan den IJssel	Pocket Holding B.V.	Amsterdam - ZO	Sam's Fashion B.V.	Amsterdam
Intiwatana B.V.	EPE	Kol-Bo 2001 B.V.	Amsterdam	Magic Bodyfashion B.V.	Purmerend	Ned Dassenfabriek Mic-Ro Verkoop BV	Capelle aan den IJssel	Polydaun International B.V.	Zevenaar	Santex Fashion B.V.	Best
Intoxica Jeans Homme B.V.	Zeist	Koninklijke Utermöhlen NV	Wolvega	Magir NEDerland B.V.	Zeist	Neidig	Wageningen	Polytex Stoffen B.V.	Nieuwkoop	Santexo	Dokkum
INVISTA (NEDerland) B.V.	Kerkrade	Kresta B.V.	Genemuiden	Manderley Fashion B.V.	Ootmarsum	Netraco Garments B.V.	Amsterdam	Popov Clothing B.V.	Amsterdam	Sao Paulo International Fashion B.V.	Hoogvliet Rotterdam
Ipko Amcor B.V.	Zoetermeer	Kristel's Fashion B.V.	Tilburg	Marc Lauge BeNeLux BV	Venlo	New Spirit B.V.	Amsterdam	Primatex B.V.	Alkmaar	Sapph Intimates B.V.	Amersfoort
It Fits BV	Tilburg	K-Swiss Europe B.V.	Haarlem	Margriet Nannings B.V.	De Goorn	New Wave Sportswear B.V.	Mydrecht	Private Label House B.V.	Amsterdam	Sarto Fashion B.V.	Winssen
It's Noize B.V.	Badhoevedorp	Kuyichi International B.V.	Haarlem	Maribelle B.V.	Baarlo	Nickelson NEDerland B.V.	Barendrecht	Promo Industry B.V.	Hoofddorp	Savo Tricotage en Textielmachines	Mierlo
J. Kwaspen B.V.	Neeritter	Kwintet KLM Kleding N.V.	Enschede	Marsh B.V.	Oodekerk a/d Amstel	Nike European Operations Netherlands B.V.	Hilversum	Promotionele Textiel B.V.	Breda	Scarva B.V.	Noordwijkerhout
J.B. Textiles B.V.	Enschede	L. Lieve Amsterdam B.V.	Amsterdam	Mascot International B.V.	Naarden	N-Joy Fashion Internationaal B.V.	Rozendaal	Pro-Tex Workwear	Weesp	Scarva Productions B.V.	Noordwijkerhout
J.C. Rags B.V.	's-Hertogenbosch	L.A.R. Textiles B.V.	Uden	Masita Sportswear B.V.	Echt	No-Excess B.V.	Badhoevedorp			Schalkie Fashions V.o.f.	Veldhoven

# Ledenlijst

Schiesser Internat. NEDerland B.V.	Amersfoort	Synergy Business Wear B.V.	Eemnes	Transfer Fashion NEDerland B.V.	Amsterdam
Schijvens Confectiefabriek Hilvarenbeek B.V.	Hilvarenbeek	Take Too B.V.	Eindhoven	Transit Fashion B.V.	Amsterdam
Schipper Textiles B.V.	Enschede	Tapijfabriek Belakos B.V.	Genemuiden	Trenco B.V.	Breda
Schriks Konfektie B.V.	Meerssen	Tapijfabriek "Inter Carpet" B.V.	Aalten	Très Chic Hengevelde B.V.	Hengevelde
Scotch & Soda B.V.	Amsterdam	Tapijfabriek Nouwens-Bogaers B.V.	Tilburg	Trescona B.V.	Gorinchem
Secon Group B.V.	Amsterdam	Task International B.V.	Lelystad	Tricot Brabant v.o.f.	Oss
Seezo Uniformen B.V.	Keijenborg	Taste21 two B.V.	Weesp	Tricotagebedrijf Marco B.V.	Overdinkel
Senghong Fashion B.V.	Lisse	Telstar Trading B.V.	Harderwijk	Tricotagefabriek De Bikkelen B.V.	Beneden Leeuwen
Sensa Donna B.V.	Noordwijkerhout	Ten Cate Advanced Composites B.V.	Nijverdal	Tricotagefabriek 'De Reuver' B.V.	Boven Leeuwen
Sensia Fashion B.V.	Oud Gastel	Ten Cate Advanced Textiles B.V.	Nijverdal	Triple M Trading B.V.	Amsterdam
Setter House B.V.	Veenendaal	Ten Cate Geosynthetics Netherlands B.V.	Almelo	Trispin Holding B.V.	Deurne
Setter House International B.V.	Veenendaal	Ten Cate Houstex Products B.V.	Losser	Triumph International N.V.	Eindhoven
Seven for all Mankind Europe B.V.	Pazallo-Lugano	Ten Cate Protect B.V.	Nijverdal	Trix & Rees B.V.	Arnhem
SCA Utilitaire Bedrijfskleding B.V.	Amsterdam	Ten Cate Technical Fabrics B.V.	Nijverdal	Twenty Too B.V.	Lijnden
Shimano BeNeLux B.V.	nunspeet	Ten Cate Thiobac B.V.	Nijverdal	Twinlife B.V.	Leusden
'Shipmate' Productie B.V.	Vlaardingen	Ten Cate Thiolon B.V.	Nijverdal	Twins International B.V.	Venlo
Sibex Europe B.V.	Rosmalen	Tence Fashion B.V.	Almere	Ultimate Mik's B.V.	Alkmaar
Silver Lining B.V.	Amsterdam - ZO	Tenson B.V.	Hoogezand	Underlines Intimates B.V.	Amersfoort
Sixroad Fashion B.V.	Wijchen	Tequila Fashion International B.V.	Breda	United Fashion Group B.V.	Amsterdam
Slam BeNeLux B.V.	Amsterdam	Terry Terra NEDerland B.V.	Froombosch	United Fashion Services B.V.	Mersin
SLFMD B.V.	Amsterdam	Textiel Reconditioning de NEDerlandse BV	Zevenaar	Urban Trends Trading B.V.	Utrecht
Smeets Confectie Ateliers B.V.	Meerssen	Textielbedrijf Haton Enschede B.V.	Enschede	Vadain Gordijnconfectie Brabant B.V.	Helmond
Smellink Import Agencies B.V.	Delden	Textielfabriek B.V.	Gemert	Vadain Gordijnconfectie HC Genemuiden B.V.	Genemuiden
Sneaky Fox	Amsterdam	Textile Services B.V.	Elst	Vadain International B.V.	Genemuiden
SO WHAT Nederland B.V.	Wemeldinge	The Barn B.V.	Deventer	Vadain Styling B.V.	Genemuiden
Soap Studio + Beau!	Hoorn	The Bodean Company B.V.	Sliedrecht	Vadotex B.V.	Maastricht
Sotto Voce B.V.	Veldhoven	The Cookie Company B.V.	's-Hertogenbosch	Valizz v.o.f.	Amsterdam
Stadelmaier B.V.	Nijmegen	The Hilt N.V.	Amsterdam	Van Besouw Tapijt B.V.	Oss
Stahlie Imagewear	Barendrecht	The Line Fashion B.V.	Eindhoven	Van Bijsterveldt Middelbeers B.V.	Oost W Middelbeers
Star Line Fashion B.V.	Nijmegen	The Makers B.V.	Breda	Van der Krans Import V.O.F.	Waddinxveen
State Of Art B.V.	Lichtenvoorde	The Missing Link Corporate Fashion B.V.	Gorinchem	van Ee Haute Couture	Kootwijk
State of Art Corporate Fashion B.V.	Lichtenvoorde	The Retail Sales Factory/Big Pillows	Tilburg	Van Engelen & Evers B.V.	Heeze
Steppin' Out B.V.	Utrecht	The Shirtmakers B.V.	Hoevelaken	Van Es Home B.V.	Amerongen
Stichting Fonds voor Technische en Economische Research/SFETR	Haaksbergen	The Tack Factory B.V.	Erp	Van Gennip Textiles B.V.	Weert
Sticks & Stones	Amsterdam	Thibet B.V.	Terneuzen	Van Heek-Scholco International B.V.	Losser
Stijlgroep B.V.	Tilburg	Ties International B.V.	Vught	Van Holland Design B.V.	Waalwijk
Streefland Textiles B.V.	Drordrecht	Timzo B.V.	Wehl	Van Latesteijn Design B.V.	Oostvoorne
Stroke B.V.	Amsterdam	Tintl	Enkhuizen	Van Oerle-Alberton B.V.	Boxtel
Studio Anneloes	Amsterdam	Tom Tailor BeNeLux B.V.	Oosterhout NB	Van Og's Confectie Industrie B.V.	Horst
Style Circuit Clothing (NL)	Maarn	Tomzi Kids Casual	's-Hertogenbosch	Van Puijbroek Textiel	Goirle
Suit Supply B.V.	Amsterdam	TopHolland Fashion B.V.	Drachten	Van Schoot Pompcentrum B.V.	Oldenzaal
Summum B.V.	Amsterdam	Topstar Fashion B.V.	Nieuw-Vennep	Van Wezel Fashion BrEdevoort B.V.	Bredevoort
Sust B.V.	Amsterdam	Touwfabriek G. van der Lee B.V.	Oudewater	Van Winkel Fashion B.V.	Budel
Swart B.V.	's-Hertogenbosch	Trademarx Mode Agenturen	Amsterdam	Vanilia C.V.	Wormerveer



Vasa Kruyfhoofd B.V.	Nieuwegein	Wiener Intl. Schortenindustrie B.V.	Maastricht
VeBe Floorcoverings B.V.	Genemuiden	Wig Anthology	Amsterdam
Veijer's Brei-Inrichting B.V.	Staphorst	Wijtex Gordijnenatelier B.V.	Alblasserdam
Veldhoven The Netherlands B.V.	Leiden	Wilbers Karnaval B.V.	Helmond
Venducci B.V.	Veenendaal	Williamson-Dickie NEDerland B.V.	Haarlem
Verosol Fabrics B.V.	Eibergen	'Wilpan' Gordijnatelier	Rotterdam
Verweij Fashion B.V.	Amsterdam	Wink Accessories B.V.	Eindhoven
Vespo Groep B.V.	Eindhoven	WoKo Gordijnateliers B.V.	Zwolle
VF (J) NEDerland B.V.	Amsterdam	Wolford NEDerland B.V.	Den Bosch
Vifloor Non-Wovens B.V.	Hasselt	Worldwide Weavers	Genemuiden
Vijgen Fashion B.V.	Kerkrade	WR A7 v.o.f.	Heerhugowaard
Vlisco B.V.	Helmond	X'-As B.V.	Dussen
V-Two B.V.	Gieten	X-Company Clothing B.V.	Utrecht
Waagemans Gordijnenatelier B.V.	Zutphen	Xenia Promotions B.V.	Rotterdam
Waalwear Group B.V.	Breda	Ya-Ya Shirt Company B.V.	Zwanenburg
Warnaco B.V.	Klundert	Yongo Europe B.V.	Roelofarendsveen
Westbrook Fashion B.V.	Westbroek	Young Fashion B.V.	Bergen op Zoom
Westervoorde Beach & Bodywear B.V.	Ruurlo	ZA-EK B.V.	Leimuiden
Weststrate Groep B.V.	Dordrecht	Zamod B.V.	Amsterdam - ZO
Weverij Gaudium	Winterswijk	Zazi Holland B.V.	Almelo
Wevex NEDerland B.V.	Enschede	Zetex B.V.	Haelen
WeVoTex B.V.	Enschede	Ziggy en Starstyle	's-Gravenhage
Wicoja Confectie B.V.	Molenhoek	Zi-Zo B.V.	Almelo
Widemex Gredrop B.V.	Helmond	Zwaan Corporate Clothing Consultant	Amsterdam

# Ledenlijst

## GEASSOCIEERDE LEDEN

3M Nederland B.V.	Leiden	Mic-Ro Tie Sweden Ab
ABN-AMRO N.V.	Amsterdam	Mic-Ro Tie UK Limited
Accessory Zone OHG	Amsterdam	No Excess GmbH
AMFI Amsterdam Fashion Institute	Amsterdam	OSL Europe B.V.
Ant. Schroder B.V.	Amsterdam	Philips Consumer Lifestyle B.V.
Aquafil S.p.A.	Kontich	Plus Power Group B.V.
Aritex Deutschland GmbH	Düsseldorf	Raco Pack
Arma Leather Espana S.L.	Madrid	Reissmann GmbH & Co Kg Kammgarnweberei
Arma Leather Ltd.	Thessaloniki	SO PR B.V.
Arma Leder Deutschland GmbH	Harelbeke	Soya Concept A/S
Belgian Brand Management BVBA	Tilburg	Stichting Waarborg Tapijt- & Meubelreiniging
Calzaturificio Peron SRL	Camponogara	Strickwarenfabrik Freya GmbH & Co KG
Coltex B.V.	Heerhugowaard	Supa Mode Textil GmbH
De Klok Logistics Nederland B.V.	Nijmegen	Synthomer B.V.
Dittmar GmbH & Co KG	Braunschweig	TCN Assets B.V.
DLA Piper Nederland N.V.	Amsterdam	TMO Hogeschool voor Modemanagement
DSM Fibre Intermediates B.V.	Sittard	TNT Fashion Group B.V.
Eisenkolb B.V.	Bladel	United Parcel Service Nederland BV
EOC Belgium N.V.	Oudenaarde	Verhoek Internationaal Transport BV
Euretco Label Company B.V.	Houten	VF International - SAGL
Evisu International (UK) Limited	Uckfield - East Sussex	Wiener SI GmbH
Ewals Fashion Logistics B.V.	Swalmen	Wilfried Rasing G.m.b.H. h/o
Fortis Bank Nederland N.V.	Amsterdam	World Fashion Centre Amsterdam B.V.
Fuchs & Schmitt GmbH & Co.	Aschaffenburg	World Printing Service W.P.S.V.o.f.
Grimmer & Sommacal Diffusion GmbH	Gräfelfing	YKK Nederland B.V.
Hippos Mode Produktie N.V.	Beerse	ZEEMAN textielSupers B.V.
IMK Intermediair B.V.	Huizen	
ING Bank Locatie HF 03.06	Amsterdam	
Intasa N.V.	Beerse	
Intercoat Deutschland Milo GmbH	Eersel	
Internationaal Transportbedrijf Kuijs B.V.	Vlijmen	
International Aspects Inc.	Amsterdam	
Intres B.V.	Hoevelaken	
Its Noize GmbH	Badhoevendorp	
Klaus Steilmann GmbH & Co KG	Bochum	
Lectra Branch of Lectra Benelux N.V.	Breda	
M & S Mode Nederland B.V.	Amsterdam	
Malerba Strümpfe Für Deutschl GmbH	Medebach	
Marco Fantini S.R.L.	Campi Bisenzio	
Mic-Ro Krawatten fabrik GmbH & Co K.G.	Capelle a/d IJssel	
Mic-Ro Tie Belgium B.V.B.A.	Capelle a/d IJssel	
Mic-Ro Tie Iberica S.A.	Capelle a/d IJssel	

Capelle a/d IJssel
Capelle a/d IJssel
Badhoevendorp
Heerhugowaard
Drachten
Bunnik
Waalwijk
Moers
Amsterdam
Almere
Venlo
Pfullingen
Köln
Oss
Utrecht
Doorn
Oldenzaal
Amsterdam
Genemuiden
Lugano - Pazzallo
Alsdorf
Varsseveld
Amsterdam
Amsterdam
Sneek
Alphen a/d Rijn

# Ledengroeperingen



In de ledengroepering mode zijn die leden ondergebracht die zich bezighouden met het produceren of doen laten produceren van kleding, lederen kleding en aanverwante producten. Daarnaast vinden we bedrijven actief als groothandel, importeurs en agenten.



De Nederlandse Textiel Conventie (NTC) is een groep aangesloten ondernemingen die zich bezig houden met het toeleveren van textiel aan de confectie industrie en -handel, waar het onder andere doek, stoffen of furnituren betreft.



De Verenigde Nederlandse Gordijnen Ateliers (VNGA) is een groep van ondernemingen die gordijnen, vitrages, draperieën e.d. vervaardigen.



De Knitting Holland-ledengroepering is een groep van binnen Nederland actieve ondernemingen op het gebied van ontwikkeling, ontwerp, productie en verkoop van breigoederen.



De ledengroepering Verenigde Nederlandse Tapijtfabrikanten (VNTF) bestaat uit ondernemingen die in Nederland gevestigd zijn en tapijt vervaardigen en deze productie op de binnenlandse en/of buitenlandse markt aan de handel verkopen.



De Verenigde Textielindustrie Nederland (VTN) bestaat uit ondernemingen die in Nederland gevestigd zijn en textielproducten, m.u.v. tapijt, vervaardigen en deze productie op de binnenlandse en/of buitenlandse markt aan de handel verkopen.



Holland Career & Workwear (HCW) staat voor een creatieve, flexibele, kwaliteitsbewuste en ondernemende bedrijfstak, ondernemingen die zich bezig houden met bedrijfskleding, beschermende kleding en/of corporate kleding.



# Colofon

Dit is een uitgave van MODINT, ondernemingsorganisatie voor mode, interieur, tapijt en textiel:

Utrechtseweg 95, 3702 AA Zeist  
Postbus 428, 3700 AK Zeist  
Telefoon: 030 - 232 09 00  
Fax: 030 - 232 09 99  
E-mail: [info@modint.nl](mailto:info@modint.nl)  
Internet: [www.modint.nl](http://www.modint.nl)

#### FOTOGRAFIE

MODINT-leden

Portretfoto's geïnterviewden:

Fotoburo Raphaël Drent, Tiel

#### VORMGEVING

Edauw design, Koudekerk aan den Rijn

#### TEKST SCHRIJVERS

MODINT-medewerkers, Zeist

Interviews: Linqua schriftelijke communicatie VOF, Zeist

#### EINDREDACTIE

Linqua schriftelijke communicatie VOF, Zeist

Afdeling Communicatie MODINT, Zeist

#### DRUKWERK

Sauterelle B.V., Cothen

Dit jaarbericht is gedrukt op Arctic Volume. Arctic Volume wordt milieuvriendelijk geproduceerd.

Dit proces wordt constant ontwikkeld voor een zo min mogelijk belasting op de natuur.

De Arctic papierfabrieken zijn allen ISO 14001 gecertificeerd.