

# De transitie naar een duurzame supply chain

## Met slow fashion slaan we de grootste slag

En wat doet MR MARVIS nog meer om hun impact op mens, milieu en klimaat te reduceren?

## Mensen meenemen in verandering is cruciaal

In gesprek met Bart Schoonderwoerd van Technische Unie

### Set to change?



# Met slow fashion slaan we de grootste slag


De kritiek op de vervuilende fashionindustrie groeit en dat maakt dat steeds meer merken en modebedrijven zich een duurzaam imago proberen aan te meten. Zo lang je echter niets doet aan de snel wisselende collecties en de vaak matige kwaliteit haal je het echte probleem niet weg. Omdat **Koen** en **Marielle** benieuwd zijn hoe het anders kan, reisden zij af naar het kantoor van **MR MARVIS** in Amsterdam.

Dit herenmodemerk, dat onlangs zijn B Corp certificering haalde, kiest voor vaste, kwalitatief hoogwaardige collecties die nooit veranderen. Wat is de impact van deze beslissing op duurzaamheid? En wat doet MR MARVIS nog meer om hun impact op mens, milieu en klimaat te reduceren?

## Kleding jarenlang dragen

Supply Chain Director Koen Hogenboom vertelt dat MR MARVIS zeven jaar geleden is opgericht vanuit de frustratie van de oprichters dat ze maar niet de perfecte korte broek konden vinden. Dan maken we die toch zelf,

dachten ze. Maar dan wel zo duurzaam mogelijk door te kiezen voor ontwerpen die niet modegevoelig zijn en een kwaliteit die jarenlang dragen mogelijk maakt. Dan hoeft MR MARVIS aan het eind van het seizoen geen collecties af te prijzen of te vernietigen. Consumenten dragen hun broek vele jaren en hoeven niet elk jaar opnieuw op zoek naar de perfecte korte broek.

Om het langer dragen van kleding te stimuleren, biedt MR MARVIS een repair service aan. Raakt er een knoop of stiksel los, dan kun je de broek naar het hoofdkantoor 



**MR MARVIS**  
haalde onlangs  
zijn B Corp  
certificering



**"Lokaal repareren van kleding heeft de voorkeur boven onnodig rondsturen"**

in Amsterdam sturen en wordt het gratis gerepareerd, vertelt Koen. "Het is natuurlijk nog duurzamer om het kledingstuk zelf even langs te brengen bij een lokale kleermaker. De klant hoeft dan enkel het bonnetje te bewaren en naar ons op te sturen. MR MARVIS dekt vervolgens de kosten. Deze methode heeft de voorkeur boven onnodig rondsturen. We willen onze klanten stimuleren om kleding waar iets kapot aan gaat te repareren in plaats van weg te gooien," zegt Koen.

Het bedrijf telt 90 medewerkers en heeft een substantieel marktaandeel verworven in de herenmode in Nederland, Duitsland, het VK, België en Frankrijk. Denemarken, Spanje en Italië zijn groeiende landen voor MR MARVIS. Het assortiment bestaat inmiddels uit 35 stijlen, van verschillende korte en lange broeken tot polo's en truien, in vrijwel iedere denkbare kleur. Er zijn inmiddels bijna 5.000 SKU's.

die het heeft op het milieu. Deze informatie gebruikt het merk om vervolgens reductiedoelen op te stellen en emissies te compenseren met vergroeningsprojecten in Tanzania. "We weten hoe groot het watergebruik is om stoffen te maken en verven, hoeveel CO<sub>2</sub>-uitstoot hiermee gepaard gaat, et cetera", zegt Koen.

Inmiddels werken er verschillende, in de regio Porto gevestigde, kledingfabrikanten voor MR MARVIS. "Het zijn veelal familiebedrijven waar we soms al sinds de oprichting (2016) mee samenwerken en zodoende een goede band mee hebben opgebouwd. Dankzij de korte lijnen die we onderhouden met al onze Portugese partners, is het voor ons mogelijk om samen op te trekken op het gebied van duurzaamheid. De goede verstandhouding met producenten maakt het een

### Upstream supply chain

De supply chain van MR MARVIS begint bij het sourcen van de juiste stoffen. Daarbij wordt gekeken naar verschillende certificeringen die de hoge eisen van het Nederlandse merk kunnen garanderen. Denk bijvoorbeeld aan Oeko-Tex (getest op schadelijke stoffen), GOTS (biologisch en eerlijk katoen) en European Flax (duurzamer Europees linnen). De verhuizen waar MR MARVIS mee samenwerkt, voldoen aan de EU-regelgeving over bewust gebruik van chemische stoffen. Alle schadelijke stoffen worden uit het gebruikte water gefilterd, zodat het na gebruik weer terug kan vloeien in de naastgelegen rivier.

MR MARVIS berekent per product de impact

stuk makkelijker om aanpassingen door te voeren en de dialoog hierover aan te gaan. Daarnaast, omdat Portugal binnen de EU valt, moeten alle partners al aan relatief hoge eisen omtrent arbeidsvoorwaarden en milieu voldoen, maar waar mogelijk, proberen wij onze partners te motiveren om een stapje extra te doen."

### Logistiek

Warehousing en transport zijn volledig uitbesteed aan een partner. Duurzaamheid was uiteraard een belangrijk selectiecriteria. Het goede nieuws is, dat deze sector behoorlijk voorop loopt omdat duurzaamheid en efficiëntie hier vaak hand in hand gaan, stelt Koen. "Iedere logistiek dienstverlener is zich bewust van zijn eigen uitstoot en neemt maatregelen om die te verlagen door bijvoorbeeld slim lading te combineren." Ook heeft MR MARVIS gewerkt aan een duurzame verpakking voor levering aan de consument. Deze bestaat uit minder karton. "Iedere doos is 20 procent lichter. Dat lijkt niet veel, maar het gaat om duizenden kilo's karton en CO<sub>2</sub> per jaar die we daarmee besparen", vertelt Koen. In het warehouse is de kleding in plastic verpakt om te voorkomen dat de items vuil worden, door bijvoorbeeld stofvorming. Dat plastic wordt verwijderd zodra de broek richting de consument gaat. "Zo weten we zeker dat we het plastic kunnen recyclen en dat het bij de consument thuis niet in de grijze container belandt."

Als herenmodemerk hebben ze veel minder retouren dan de meeste damesmodemerken. Toch hecht Koen er waarde aan om de consument bewust te maken van hun impact op klimaat en milieu. Goede maattabellen helpen, maar de consument moet zelf ook begrijpen dat 'gratis retourneren' niet gratis is voor onze planeet.



**“Streef niet naar een snelle carrière maar zorg dat je zoveel mogelijk kanten van de supply chain leert kennen”**

### **Supply chain planning**

Het heeft een grote impact op duurzaamheid als je geen kleding maakt die je niet verkoopt. Klinkt logisch, maar in de fast fashion industrie is dit verre van een realiteit. Bij MR MARVIS wordt ieder geproduceerd item ook verkocht, het ligt hooguit wat langer op voorraad. Omdat supply chain planning van 5.000 SKU's niet meer te managen is in Excel, is het Amsterdamse bedrijf bezig met een ERP-implementatie. Koen: “We hebben dat ERP-systeem nu hard nodig, want onze collectie is snel gegroeid. Daarnaast groeien we ook in het aantal voorraadlocaties door onder andere de uitbreiding in het aantal fysieke winkels. Een ERP systeem is daarom key.”

### **Tips**

We vragen Koen of hij tips heeft voor jonge supply chain professionals. Na kort nadenken antwoordt hij: “Streef er niet naar om te snel carrière te willen maken, maar zorg dat je zoveel mogelijk kanten van de supply chain leert kennen. Zorg dat je goed wordt opgeleid in de breedte van het vak. Ik zie vaak dat jonge mensen heel ongeduldig zijn, dat ze bijvoorbeeld direct een managementfunctie nastreven. Dat herken ik uit de tijd dat ik zelf net van school kwam. Nu ik zelf wat meer ervaring heb denk ik: doe rustig aan, die kansen komen wel. Je bent een betere manager als je het werk eerst zelf hebt gedaan, als je weet hoe processen op de werkvloer lopen.”

Ook heeft Koen nog een leestip: “Supply Chain Triangle van Bram Desmet. Dat gaat over hoe je de strategie van je bedrijf kunt matchen op je supply chain. Als je gaat voor customer service, brengt dat automatisch iets hogere voorraden met zich mee om niet out-of-stock te raken. Het boek helpt je om als supply chain professional uit te leggen aan de CFO en CEO waarom je welke keuzes maakt.”



**Ready,  
set,  
go!**



# Een talent ontwikkelt zich niet alleen

**Samen  
ontwikkelen we  
de supply chain  
leiders van de  
toekomst**