



Wie ben ik?

“Ik heb de hele kledingindustrie zien veranderen. Ik heb vanuit Parijs voor de mode-industrie gewerkt, toen er in China nog prachtige fabrieken stonden en kleding nog niet in de achterbuurten van Bangladesh werd gemaakt. Ik heb de *fast fashion* zien opkomen tot het een nietsontziende industrie. Dat je als consument wordt verteld: je moet elke week iets nieuws kopen. Toen ik mijn bedrijf kon verkopen, heb ik een paar jaar vrij genomen. Maar ik ben toch weer opgestart, met wat geld en mijn netwerk.”

Waarom deze naam?

“Ik heb de naam Mud Jeans meegekregen toen ik het bedrijf herstartte, in 2012. Ik vond het wel een goede naam voor een circulair bedrijf: zand, water en klei kun je ook altijd weer gebruiken. Met modder kun je huizen bouwen, of je kunt het op je gezicht smeren. Uit modder kan een lotusbloempje bloeien.”

Wat maken wij?

Met Mud Jeans maken wij van oude spijkerbroeken weer nieuwe, door een steeds hoger percentage oude vezels in de jeans te verwerken. We hebben het leasemodel in de markt geïntroduceerd, om zoveel mogelijk gebruikte broeken terug te krijgen. Daarmee waren we de eerste. We willen dit jaar een spijkerbroek van 100 procent oude spijkerbroeken presenteren. Dat wordt dan onze tweede wereldprimeur. We komen niet ieder jaar met een nieuwe collectie, maar leveren kwalitatieve jeans die heel lang meegaan, *seasonless*. Je gaat nooit een Mud Jeans in de uitverkoop zien. Ons motto is: koop vooral weinig, maar koop wel iets goeds. Bij 30 winkeliers houden we *central stock*. Daarvoor ontwikkelen we een model van een eigen pashokje, een *fit kit*. In de winkel pas je dan de broek en via internet ga je ‘m bij Mud Jeans leasen. Dat is dan onze derde wereldprimeur, waar PWC onderzoek voor heeft gedaan.”



Bezoek website Mud Jeans



Bert van Son



MUD JEANS

