

Ontwikkeling AR4ReClothing Trainingsgids

Module 5: Gendergelijke digitale
competenties voor kledingupcycling

Deliverable: PR1/T1.4



2023/02/10

Naam organisatie DIGICULT
Geschreven door: Your name
Projectnummer: 2021-1-EL01-KA220-VET-000034695



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

De steun van de Europese Commissie voor de productie van deze publicatie houdt geen goedkeuring in van de inhoud, die uitsluitend de standpunten van de auteurs weergeeft, en de Commissie kan niet verantwoordelijk worden gehouden voor het gebruik van de informatie die



Op gender gebaseerde innovatieve trainingsmethoden stimuleren om kledingrecycling te promoten via Augmented Reality

HERZIENINGSGESCHIEDENIS

Versie	Datum	Auteur	Beschrijving	Actie	Pagina's
1.0	30/08/2022	ATERMON	Schepping	C	9
1.1	10/02/2023	DigiCULT	Invoegen	I	32

(* Actie: C = Aanmaken, I = Invoegen, U = Bijwerken, R = Vervangen, D = Verwijderen

DOCUMENTEN WAARNAAR WORDT VERWEZEN

ID	Referentie		Titel
1	2021-1-EL01-KA220-VET-000034695		AR4RECLTHING Voorstel
2	PR1/T1.3		Opzetten AR4ReClothing trainingsgids structuur & trainingsmethodologie

TOEPASSELIJKE DOCUMENTEN

ID	Referentie		Titel
1			
2			





Inhoud

1. Inleiding.....	4
1.1 Leerresultaten	4
1.2 Trefwoorden.....	4
1.3 Geschatte tijd om de module te voltooien.....	4
2. Gendergelijke digitale competenties voor kledingupcycling	5
2.1 Onderwerp 1: Theoretische achtergrond	5
2.2 Onderwerp 2: Digitale competenties voor kledingupcycling	7
2.3 Onderwerp 3: Casestudies/succesverhalen	22
3. Aanvullende materialen en middelen	27
4. Wrap-Up.....	28
5. Referenties	29
6. Beoordeling	30
6.1. Inleiding.....	30
6.2. Beoordeling van kennis	30
6.3. Beoordeling van vaardigheden.....	32



Op gender gebaseerde innovatieve trainingmethoden stimuleren om kledingrecycling te promoten via Augmented Reality

1. Inleiding

Deze module gaat over het vergroten van het bewustzijn van genderkloven in digitale vaardigheden en het bevorderen van een gelijkwaardig gebruik van technologische vooruitgang ten behoeve van de kledingupcyclingindustrie. Het gaat ook over het onderzoeken van casestudy's en succesverhalen die duurzame eco-praktijken combineren met gendergelijkheid.

1.1 Leerresultaten

Module X: Titel	De AR4RECLTHING Expert is in staat om ...	
<i>KENNIS</i>	<i>VAARDIGHEDEN</i>	<i>COMPETENTIES</i>
a. Identificeer genderbarrières	a. Kritisch denken	a. Problemen oplossen
b. Actieplan ontwikkelen	b. Pragmatisch denken	b. Productieve keuzes
c. Digitale basistools voor het upcyclen van kleding	c. Hulpmiddelen identificeren om aan eigen behoeften te voldoen	c. Actieplan uitvoeren

1.2 Sleutelwoorden

Gendergelijkheid, digitale competenties, kleding, upcycling.

1.3 Geschatte tijd voor het voltooien van de module

Verwacht wordt dat deze module [bestuderen en implementeren van praktijken] je ongeveer 20 uur zal kosten.



2. Gendergelijke digitale competenties voor kledingupcycling

2.1 Onderwerp 1: Theoretische achtergrond

Gendergelijke digitale competenties verwijzen naar het vermogen van alle burgers om **toegang te hebben** tot digitale technologieën en vaardigheden en **deze effectief te gebruiken, ongeacht** hun geslacht. Dit omvat toegang tot de benodigde hardware, software en infrastructuur, evenals de kennis en vaardigheden om deze technologieën effectief te gebruiken.

Het bereiken van gendergelijkheid in digitale competenties is om verschillende redenen belangrijk. Ten eerste spelen digitale technologieën een steeds grotere rol in alle aspecten van het leven, en toegang tot deze technologieën wordt steeds belangrijker voor sociale en economische empowerment. Ten tweede kan gelijke toegang tot en gelijke vaardigheden in digitale technologieën helpen om de verschillen tussen mannen en vrouwen op de arbeidsmarkt, in het onderwijs en op andere gebieden te verkleinen.

Uitgebreid onderzoek toont aan dat **genderkloven** in digitale toegang en competenties een reëel probleem zijn, net als het daaruit voortvloeiende gebrek aan vertrouwen in vrouwelijke vakken (EQUALS & UNESCO, 2019). Het dichten van de genderkloof betekent dan ook duurzame oplossingen aannemen die verder gaan dan formeel onderwijs en stimulansen en ervaringen voor een leven lang leren bieden (ibid. p.39). In deze geest kan digitale inclusie worden bereikt door middel van systematische benaderingen die barrières identificeren en werken aan het wegnemen ervan, om zo de "**digitale kloof tussen mannen en vrouwen**" in Europa te dichten (Perifanou & Economides, 2020).

Om gendergelijke digitale competenties te bereiken, kunnen verschillende stappen worden genomen, waaronder:



1. **Gelijke toegang tot technologie:** Ervoor zorgen dat zowel mannen als vrouwen toegang hebben tot de nodige technologie en infrastructuur, waaronder computers, internettoegang en trainingsprogramma's.
2. **Meisjes en vrouwen aanmoedigen om een loopbaan in de technologie na te streven/Invoeren van stimulansen:** Bevorder en ondersteun initiatieven die meisjes en vrouwen aanmoedigen om een loopbaan in technologie en digitale velden na te streven. Dit kunnen mentorschapsprogramma's, coderingsclubs en andere onderwijsprogramma's zijn.
3. **Een cultuur van gendergelijkheid bevorderen:** Creëer een cultuur die gendergelijkheid bevordert en moedig zowel mannen als vrouwen aan om gelijkwaardig deel te nemen en bij te dragen aan technologie en digitale velden.
4. **Training en opleiding aanbieden/ boeiende ervaringen aanbieden:** Trainings- en onderwijsprogramma's aanbieden die digitale vaardigheden aanleren, waaronder codering, gegevensanalyse en cyberbeveiliging, aan zowel mannen als vrouwen.
5. **Gendervooroordelen in technologie aanpakken:** Aanpakken en werken aan het elimineren van gendervooroordelen in technologie en digitale velden, zoals onbewuste vooroordelen en discriminatie op de werkplek.



Op gender gebaseerde innovatieve trainingsmethoden stimuleren om kledingrecycling te promoten via Augmented Reality



AFBEELDING 1. INBEGREPEN

Bron: www.pixabay.com

Copyright: Vrij te gebruiken onder de licentie van Pixabay. Naamsvermelding is niet nodig.

2.2 Onderwerp 2: Digitale competenties voor kledingupcycling

Duurzame en circulaire praktijken en doelen staan centraal in de Europese strategische antwoorden op de wereldwijde milieuproblematiek (Europese Commissie, 2022). Met een grote impact op het milieu en de klimaatverandering moet de kledingindustrie dringend maatregelen nemen om een aantal van de catastrofale gevolgen te elimineren (ibid.). Digitalisering en nieuwe technologieën zijn een deel van de oplossing, als ze voor iedereen, ongeacht geslacht, in gelijke mate beschikbaar en nuttig zijn.





Big data en analyse

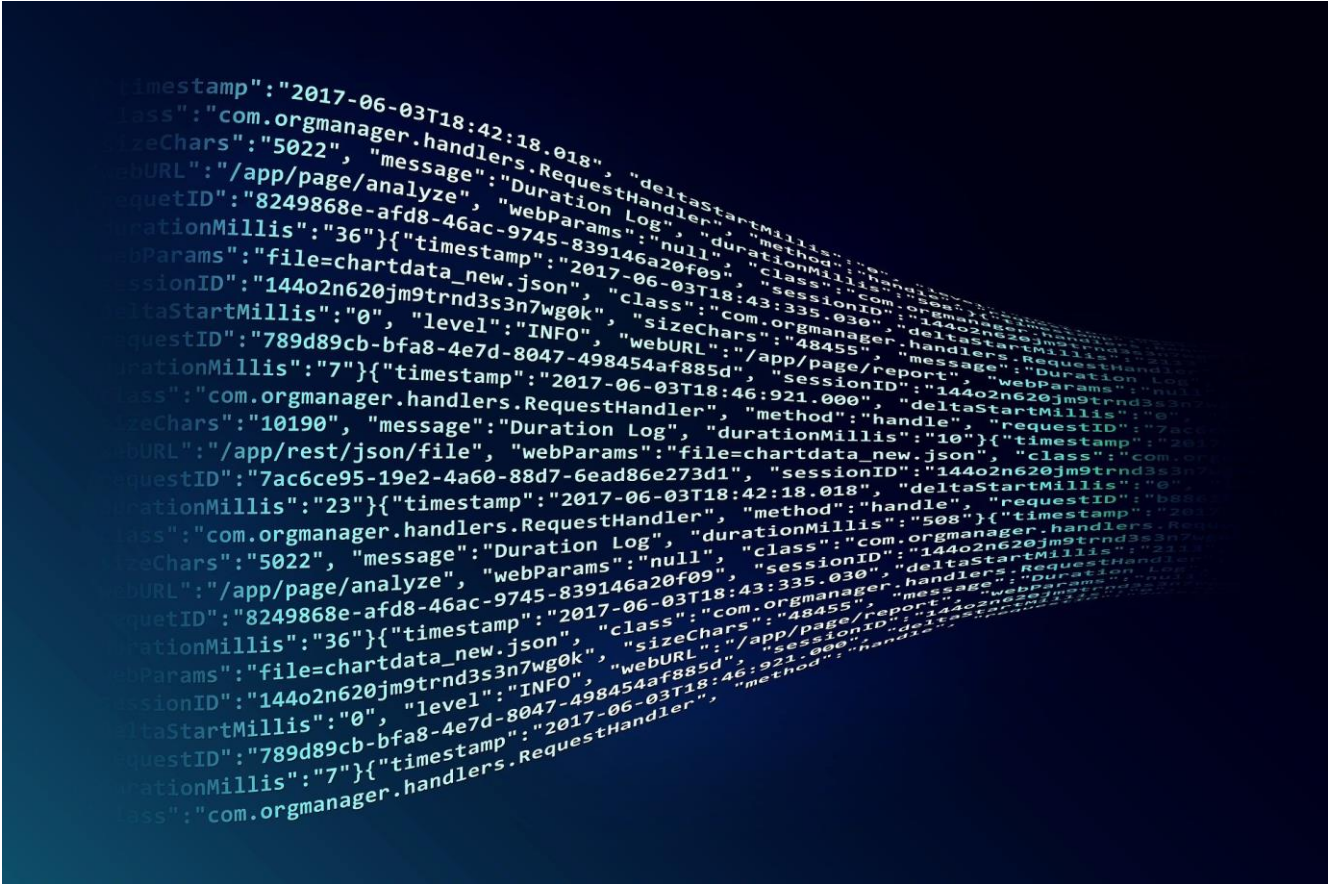
Big data en analytics kunnen een waardevolle rol spelen in de kledingupcyclingindustrie door inzichten te verschaffen en te helpen bij het nemen van beslissingen op gebieden als productie, marketing en klantgedrag (Power, 2014). Hier volgen enkele manieren waarop big data en analytics gebruikt kunnen worden in de kledingrecyclingindustrie:

1. **Analyse van klantgedrag:** Big data en analytics kunnen worden gebruikt om klantgedrag te analyseren, zoals aankooppatronen, voorkeuren en meningen over upcyclede kleding. Deze informatie kan vervolgens worden gebruikt voor productontwikkeling, marketing en verkoopstrategieën.
2. **Voorraadbeheer:** Big data en analytics kunnen worden gebruikt om de voorraadhiveaus bij te houden en de toeleveringsketen te optimaliseren, zodat upcyclede kledingartikelen beschikbaar zijn waar en wanneer ze nodig zijn.
3. **Duurzaamheidsanalyse:** Big data en analytics kunnen worden gebruikt om de duurzaamheid van upcyclingpraktijken te analyseren, waarbij de koolstofvoetafdruk, het waterverbruik en andere milieueffecten die samenhangen met de productie en distributie van geüpcyclede kleding worden bijgehouden.
4. **Productieoptimalisatie:** Big data en analytics kunnen worden gebruikt om productieprocessen te optimaliseren, zoals de selectie van materialen, het ontwerp van geüpcyclede kledingstukken en de identificatie van de meest efficiënte productiemethoden.
5. **Marketingoptimalisatie:** Big data en analytics kunnen worden gebruikt om marketingstrategieën te optimaliseren, zoals het bepalen van de meest effectieve kanalen om potentiële klanten te bereiken en het bijhouden van de effectiviteit van marketingcampagnes.

Door big data en analytics op deze manieren te gebruiken, kunnen kledingrecyclingbedrijven waardevolle inzichten krijgen die kunnen helpen **bij het nemen van beslissingen, het verbeteren van processen en het verbeteren van hun algehele concurrentiepositie op de markt.**



Op gender gebaseerde innovatieve trainingmethoden stimuleren om kledingrecycling te promoten via Augmented Reality



AFBEELDING 2. ANALYTIEK

Bron: www.pixabay.com

Copyright: Vrij te gebruiken onder de licentie van Pixabay. Naamsvermelding is niet nodig.

Toegepaste realiteit (AR)

Augmented reality (AR) kan een nuttig hulpmiddel zijn om het proces van kledingupcycling te promoten en te demonstreren. Hier volgen enkele manieren waarop AR voor dit doel kan worden gebruikt:

1. **Virtueel passen:** AR kan worden gebruikt om klanten virtueel geüpcyclede kledingstukken te laten passen, zodat ze een beter idee krijgen van hoe het artikel hen zal staan en hoe het past. Dit kan helpen om het vertrouwen van de klant in hun aankoop te vergroten en het aantal retourzendingen te verminderen.





2. **Het upcyclingproces demonstreren:** AR kan worden gebruikt om het upcyclingproces te demonstreren, zodat klanten kunnen zien hoe een oud of versleten kledingstuk wordt getransformeerd in een nieuw, stijlvol en duurzaam item. Dit kan helpen om klanten te informeren over de waarde van upcycling en hen aanmoedigen om het zelf te proberen.
3. **Virtuele showroom:** AR kan worden gebruikt om een virtuele showroom van geüpcyclede kledingstukken te creëren, zodat klanten de artikelen in een interactieve 360-graden-ervaring kunnen bekijken. Dit kan vooral handig zijn voor klanten die niet in staat zijn om een fysieke winkel te bezoeken.
4. **Interactieve tutorials:** AR kan worden gebruikt om interactieve tutorials te maken die laten zien hoe je kledingstukken kunt upcyclen, zodat klanten stap-voor-stap instructies krijgen over hoe ze oude kledingstukken kunnen omtoveren tot nieuwe en modieuze stukken.

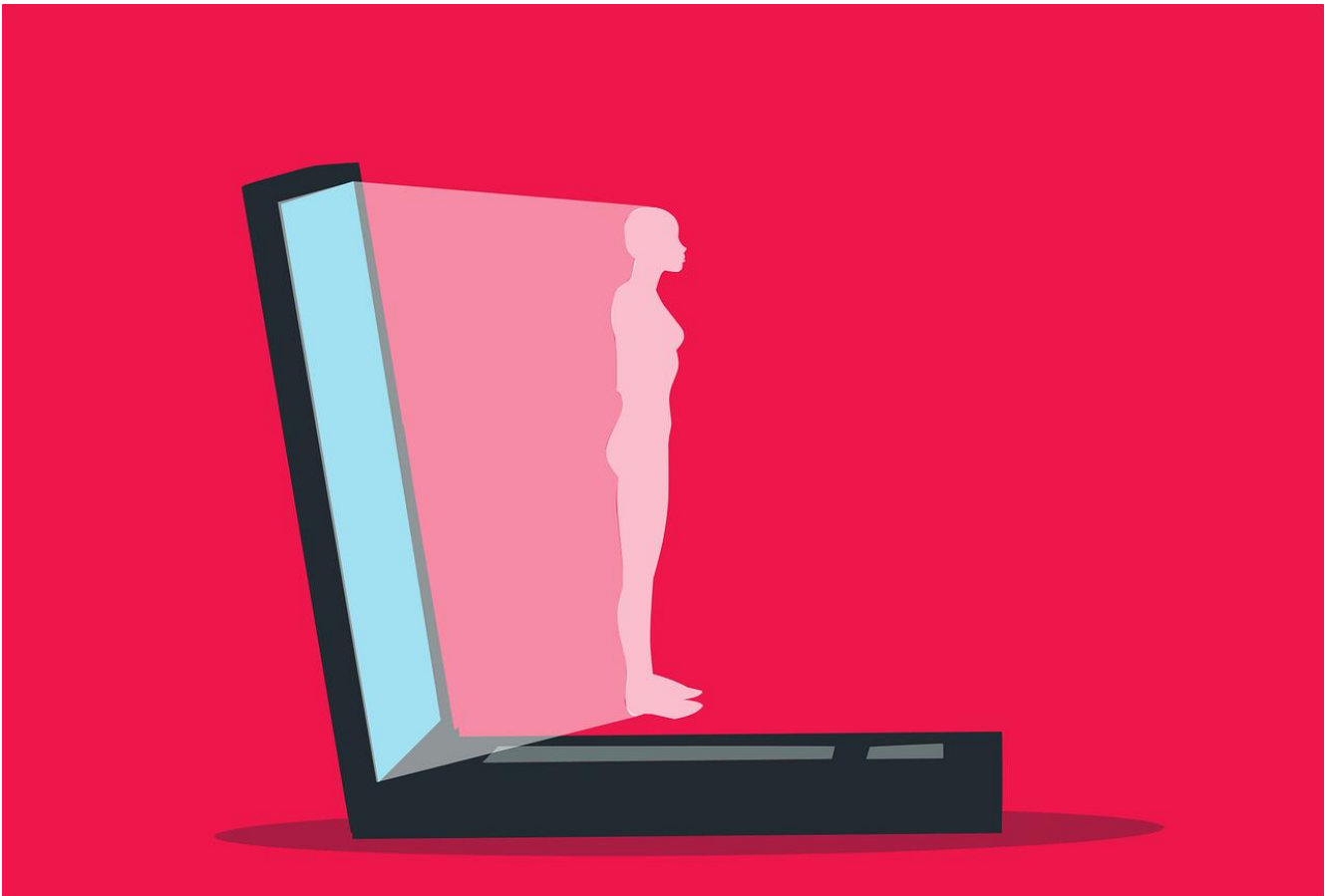
Door AR op deze manieren te gebruiken, kunnen kledingupcyclingbedrijven op een unieke en interactieve manier **in contact komen met klanten** en tegelijkertijd hun producten en de waarde van upcycling zelf promoten (Boardman et al., 2020).



Het is belangrijk op te merken dat AR-technologie complex kan zijn en gespecialiseerde vaardigheden en middelen kan vereisen om effectief te implementeren. Het kan ook investeringen in hardware en software vereisen, zoals AR-apparaten en AR-ontwikkeltools. Toch kan AR, als het op de juiste manier wordt gebruikt, een waardevol hulpmiddel zijn om de voordelen van het upcyclen van kleding te promoten en te demonstreren.



Op gender gebaseerde innovatieve trainingmethoden stimuleren om kledingrecycling te promoten via Augmented Reality



AFBEELDING 3. VIRTUELE ASSISTENT

Bron: www.pixabay.com

Copyright: Vrij te gebruiken onder de licentie van Pixabay. Naamsvermelding is niet nodig.

Eco-ontwerp en bewerkingstools

Ecodesign, ook bekend als duurzaam design, is een ontwerpfilosofie die de nadruk legt op het gebruik van milieuvriendelijke materialen, processen en praktijken bij het ontwerpen en produceren van kledingproducten (Knight & Jenkins, 2009). Het doel van ecodesign is om de negatieve invloed van ontwerp en productie op het milieu te minimaliseren en om producten te creëren die duurzaam zijn en een lage ecologische voetafdruk hebben.

Ecodesign houdt rekening met de volledige levenscyclus van een product, van de herkomst van de grondstoffen tot de verwijdering of recycling van het product aan het einde van zijn



levensduur. Dit kan het gebruik van hernieuwbare of gerecyclede materialen inhouden, het energieverbruik tijdens de productie verminderen en producten ontwerpen die gemakkelijk te repareren of te recyclen zijn.

In het algemeen is ecodesign een holistische benadering van design waarbij rekening wordt gehouden met de impact van design en productie op het milieu en waarbij gestreefd wordt naar producten die duurzaam, energie-efficiënt en milieuvriendelijk zijn.

Bewerkingsprogramma's kunnen een waardevolle rol spelen in de kledingupcyclingindustrie door particulieren en bedrijven in staat te stellen nieuwe kledingstukken te ontwerpen en te maken van bestaande materialen. Hier zijn enkele manieren waarop bewerkingstools kunnen worden gebruikt in de kledingupcyclingindustrie:

1. **Stof bewerken:** Bewerkingsgereedschappen kunnen worden gebruikt om stof te bewerken en te manipuleren om nieuwe kledingstukken te maken. Dit kan knippen, naaien en andere technieken voor stofmanipulatie zijn.
2. **Patroonontwerp:** Er kunnen bewerkingstools gebruikt worden om patronen te maken voor geüpcyclede kledingstukken. Dit kan zowel digitale patroonontwerpsoftware zijn als fysieke gereedschappen om patronen te maken.
3. **Virtueel passen:** Bewerkingshulpmiddelen kunnen worden gebruikt om virtuele pasvormen te maken, zodat mensen geüpcyclede kledingstukken kunnen passen in een virtuele omgeving voordat ze worden gemaakt.
4. **Afbeelding bewerken:** Je kunt bewerkingstools gebruiken om afbeeldingen van geüpcyclede kledingstukken te bewerken, zoals kleuren aanpassen, tekst en afbeeldingen toevoegen en afbeeldingen verbeteren voor gebruik in marketing- en reclamemateriaal.
5. **Animatie en simulatie:** Bewerkingshulpmiddelen kunnen worden gebruikt om animaties en simulaties te maken die het potentieel van geüpcyclede kledingstukken laten zien, zoals laten zien hoe kledingstukken kunnen worden getransformeerd van hun oorspronkelijke staat in nieuwe en modieuze geüpcyclede items.



Op gender gebaseerde innovatieve trainingmethoden stimuleren om kledingrecycling te promoten via Augmented Reality

Door bewerkingstools op deze manieren te gebruiken, kan de kledingupcyclingindustrie profiteren van verbeterde ontwerp- en productieprocessen, waardoor particulieren en bedrijven op een efficiënte en kosteneffectieve manier nieuwe en modieuze kledingstukken kunnen maken van bestaande materialen.



AFBEELDING 4. MEISJE



Op gender gebaseerde innovatieve trainingsmethoden stimuleren om kledingrecycling te promoten via Augmented Reality

Bron: www.pixabay.com

Copyright: Vrij te gebruiken onder de licentie van Pixabay. Naamsvermelding is niet nodig.



Sociale media

Een gepast gebruik van sociale media kan het bewustzijn over upcycling en de waarde van duurzame en circulaire praktijken vergroten. Hier zijn enkele tips om je te helpen sociale media effectief in te zetten in je ondernemerstraject:

1. **Bepaal uw doelgroep:** Als u begrijpt wie uw doelgroep is, kunt u bepalen welke sociale mediaplatforms het meest relevant zijn voor uw bedrijf. Als u zich bijvoorbeeld richt op een jongere bevolkingsgroep, passen platforms als Instagram en TikTok misschien goed bij u, terwijl platforms als LinkedIn geschikter zijn als u zich richt op een meer professioneel publiek.
2. **Ontwikkel een sterke merkstem:** Uw aanwezigheid op sociale media moet uw merk en de waarden van uw bedrijf weerspiegelen. Ontwikkel een consistente stem en visuele stijl die je merk goed weergeeft en je helpt je te onderscheiden van je concurrenten.
3. **Deel waardevolle inhoud:** Deel inhoud die relevant, interessant en waardevol is voor je doelgroep. Dit kunnen blogberichten, artikelen, video's of afbeeldingen zijn die je producten of diensten laten zien.
4. **Ga de dialoog aan met uw publiek:** Sociale media is een communicatiemiddel voor tweerichtingsverkeer, dus zorg ervoor dat u in gesprek gaat met uw volgers door te reageren op opmerkingen en berichten, feedback te vragen en polls of enquêtes te houden. Dit zal je helpen om een sterke gemeenschap van trouwe volgers en supporters op te bouwen.
5. **Maak gebruik van betaalde reclame:** Betaald adverteren op sociale mediaplatforms zoals Facebook en Instagram kan je helpen om een breder publiek te bereiken en je zichtbaarheid te vergroten. Overweeg te investeren in gerichte advertentiecampagnes om je gewenste publiek effectiever te bereiken.
6. **Netwerken en samenwerken:** Sociale media bieden mogelijkheden om te netwerken met andere ondernemers en bedrijven in uw branche. Maak contact met andere vrouwelijke ondernemers, woon virtuele evenementen bij en neem deel aan online groepen of forums om relaties op te bouwen en je netwerk uit te breiden.

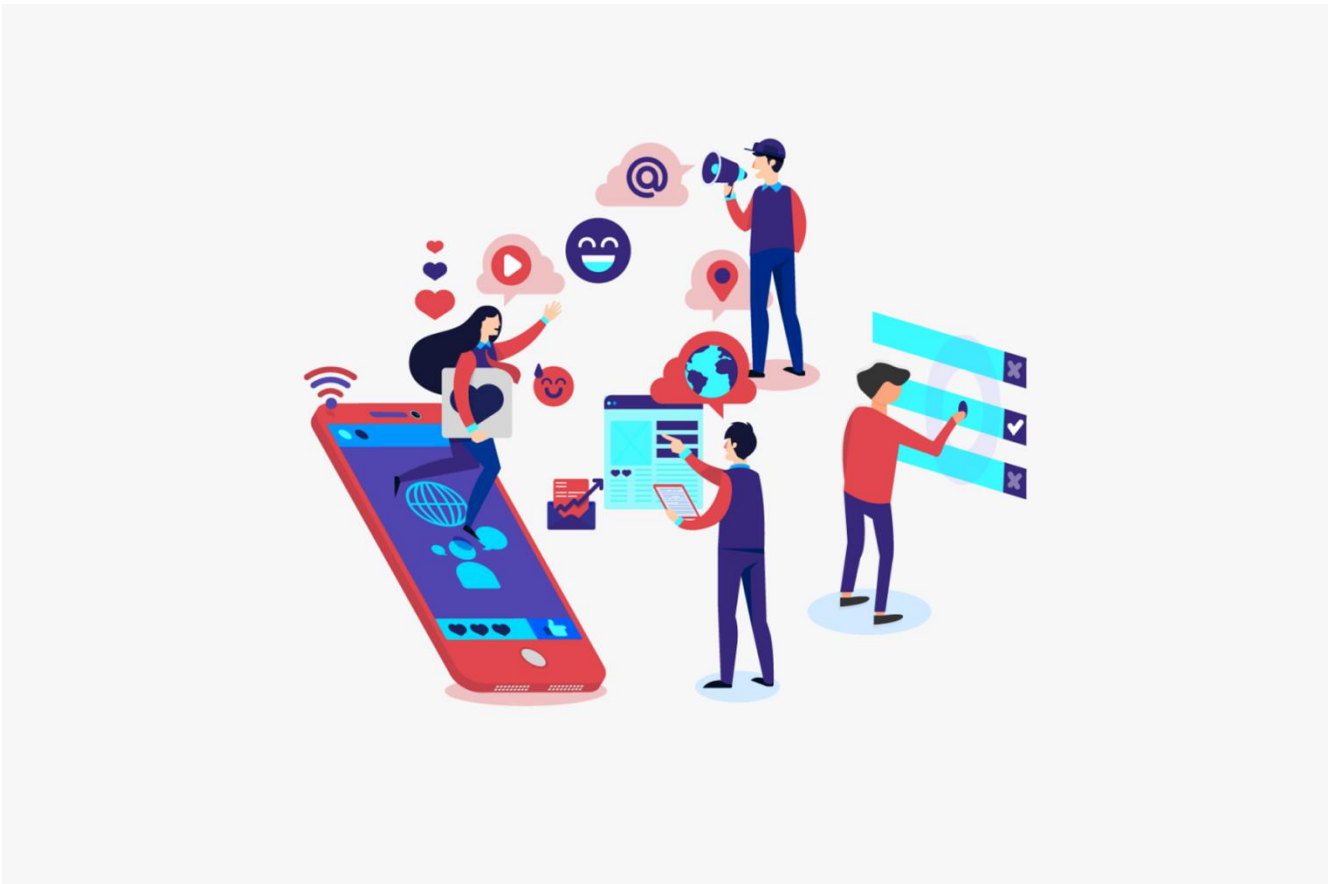


- 7. Meten en aanpassen:** Controleer regelmatig de statistieken van uw sociale media om te bepalen wat werkt en wat niet. Gebruik deze informatie om uw strategie aan te passen en uw sociale media-aanwezigheid voortdurend te verbeteren.

Door deze tips op te volgen, kunnen ondernemers effectief gebruikmaken van sociale media om hun bedrijf te promoten en hun doelgroepen te bereiken (Evans, 2011).



Vergeet niet om consequent en creatief te zijn en je altijd te richten op het bieden van waarde aan je volgers.



AFBEELDING 5. SOCIALE MEDIA

Bron: www.pixabay.com



Copyright: Vrij te gebruiken onder de licentie van Pixabay. Naamsvermelding is niet nodig.

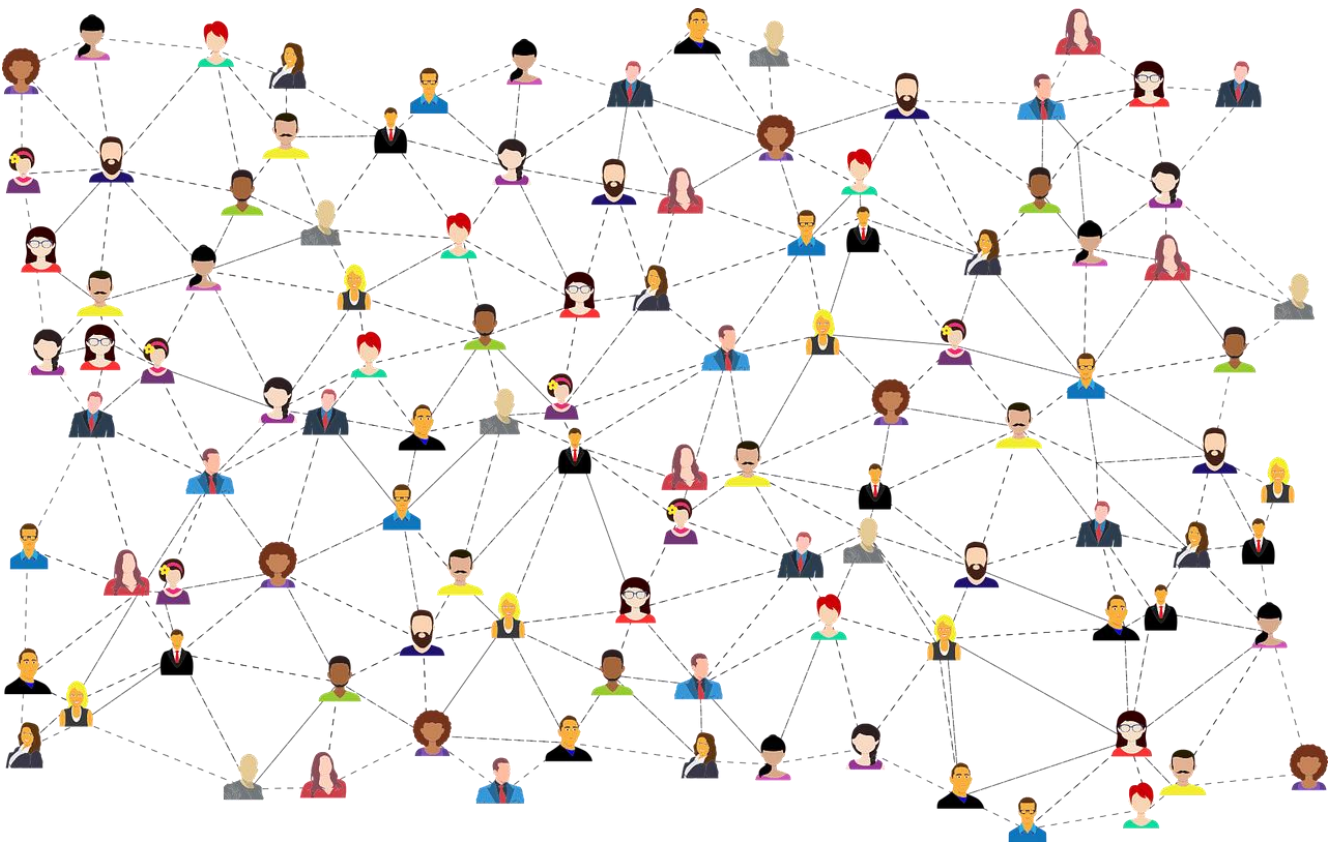
Hulpmiddelen voor samenwerking

Samenwerkingsinstrumenten *transformeren werkprocessen en -praktijken* steeds meer (Schubert & Williams, 2022). In de kledingupcyclingindustrie - in het bijzonder - kunnen ze een waardevolle rol spelen door bedrijven en individuen in staat te stellen samen te werken om duurzame en modieuze kledingstukken te maken en te promoten. Hier zijn enkele manieren waarop samenwerkingstools kunnen worden gebruikt in de kledingupcyclingindustrie:

1. **Gemeenschapsgerichte upcycling:** Er kunnen samenwerkingstools worden gebruikt om individuen en organisaties met elkaar in contact te brengen die geïnteresseerd zijn in het upcyclen van kledingstukken. Dit kunnen online gemeenschappen en forums zijn waar mensen ideeën, tips en hulpmiddelen voor het upcyclen van kleding kunnen delen.
2. **Virtuele workshops:** Samenwerkingstools kunnen gebruikt worden om virtuele workshops en evenementen te organiseren, waar individuen en organisaties samen kunnen komen om te leren over upcycling en samen te werken aan upcyclingprojecten.
3. **Samenwerking op het gebied van ontwerp:** Samenwerkingstools kunnen worden gebruikt om ontwerpers en andere creatieve professionals die geïnteresseerd zijn in het maken van geüpcyclede kledingstukken met elkaar in contact te brengen. Dit kunnen virtuele ontwerptools zijn waarmee ontwerpers kunnen samenwerken aan ontwerpen, maar ook platforms om ontwerpideeën te delen en feedback te krijgen van andere ontwerpers.
4. **Crowdfunding en fondsenwerving:** Samenwerkingsinstrumenten kunnen gebruikt worden om crowdfundingcampagnes en andere fondsenwervende initiatieven op te starten om upcyclingprojecten te ondersteunen. Dit kunnen online platformen zijn die mensen in staat stellen om geld in te zamelen om upcyclinginitiatieven te steunen, maar ook tools om deze initiatieven te promoten en in contact te komen met supporters.
5. **Samenwerking in de toeleveringsketen:** Er kunnen samenwerkingstools worden gebruikt om verschillende onderdelen van de toeleveringsketen, zoals leveranciers,

fabrikanten en distributeurs, met elkaar in contact te brengen om samen te werken aan het maken en distribueren van geüpcyclede kledingstukken.

Door op deze manieren gebruik te maken van samenwerkingstools kan de kledingupcyclingindustrie profiteren van meer samenwerking, het delen van kennis en ondersteuning, waardoor de creatie en distributie van duurzame en modieuze kledingstukken wordt bevorderd.



AFBEELDING 6. AANSLUITINGEN

Bron: www.pixabay.com

Copyright: Vrij te gebruiken onder de licentie van Pixabay. Naamsvermelding is niet nodig.

E-commerce

E-commerce kan een krachtig hulpmiddel zijn voor individuen en bedrijven in de kledingupcyclingindustrie om een breder publiek te bereiken, de verkoop te verhogen en hun bedrijf te laten groeien. Vooral tijdens de COVID-19 pandemie heeft e-commerce zich



gevestigd als een integraal onderdeel van duurzame bedrijven, zelfs met de **uitdagingen** die het creëert in bedrijfsstrategieën (Babenko et al., 2019).

Hier zijn enkele manieren waarop e-commerce kan worden gebruikt in de kledingupcyclingindustrie:

1. **Groter bereik:** E-commerce stelt ondernemers in staat een groter publiek te bereiken, ongeacht hun fysieke locatie. Met e-commerce kunnen ondernemers hun producten en diensten aan klanten over de hele wereld verkopen, hun klantenbestand uitbreiden en hun groeipotentieel vergroten.
2. **Online winkel:** Het opzetten van een online winkel op een e-commerce platform kan particulieren en bedrijven in de kledingupcyclingbranche in staat stellen om hun producten en diensten te verkopen aan klanten over de hele wereld. Het kan hierbij gaan om geüpcyclede kledingstukken, maar ook om workshops en lessen in upcyclingtechnieken.
3. **Lagere kosten:** E-commerce kan helpen om de kosten te verlagen die gepaard gaan met traditionele detailhandelszaken, zoals huur, nutsvoorzieningen en personeelskosten. Dit kan ondernemers helpen geld te besparen en meer middelen toe te wijzen aan andere gebieden van hun bedrijf.
4. **Verbeterde flexibiliteit:** E-commerce biedt ondernemers meer flexibiliteit, zodat ze overal vandaan kunnen werken, hun eigen werktijden kunnen bepalen en hun bedrijf op hun eigen voorwaarden kunnen beheren.
5. **Meer gemak:** E-commerce biedt klanten meer gemak, zodat ze producten en diensten vanuit hun eigen huis kunnen kopen. Dit kan ondernemers helpen de verkoop te verhogen en de klanttevredenheid te verbeteren.
6. **Integratie van sociale media:** Het gebruik van sociale media in combinatie met e-commerce kan particulieren en bedrijven in de kledingupcyclingbranche helpen om een breder publiek te bereiken, de merkbekendheid te vergroten en de verkoop te stimuleren. Dit kan het gebruik van sociale media omvatten om hun online winkel te promoten, maar ook het gebruik van sociale media om in contact te komen met klanten en relaties op te bouwen.



7. **Marketing en reclame:** E-commerce platforms bevatten vaak marketing- en reclametools, zoals e-mailmarketing en gerichte reclame, die particulieren en bedrijven in de kledingupcyclingindustrie kunnen helpen om een breder publiek te bereiken en de verkoop te stimuleren.
8. **Beheer van klantrelaties:** E-commerce platforms kunnen ook tools voor klantrelatiebeheer bevatten, zoals klantgegevensbeheer, het volgen van bestellingen en feedback van klanten, die particulieren en bedrijven in de kledingupcyclingindustrie kunnen helpen om de klanttevredenheid te verbeteren en hun bedrijf te laten groeien.
9. **Gegevens en analyses:** E-commerce platforms bevatten vaak gegevens en analysetools die ondernemers kunnen helpen om de verkoop bij te houden, het gedrag van klanten te volgen en weloverwogen zakelijke beslissingen te nemen.

Door gebruik te maken van e-commerce kunnen individuen en bedrijven in de kledingupcyclingindustrie een breder publiek bereiken, de verkoop verhogen en hun bedrijf laten groeien.



Het is belangrijk voor individuen en bedrijven in de kledingupcyclingindustrie om verschillende e-commerceplatforms zorgvuldig te onderzoeken en te vergelijken om het platform te vinden dat het beste aan hun behoeften voldoet.



Op gender gebaseerde innovatieve trainingmethoden stimuleren om kledingrecycling te promoten via Augmented Reality



AFBEELDING 7. E-COMMERCE

Bron: www.pixabay.com

Copyright: Vrij te gebruiken onder de licentie van Pixabay. Naamsvermelding is niet nodig.



Op gender gebaseerde innovatieve trainingsmethoden stimuleren om kledingrecycling te promoten via Augmented Reality



AFBEELDING 8. GEBRUIKTE KLEDING

Bron: www.pixabay.com

Copyright: Vrij te gebruiken onder de licentie van Pixabay. Naamsvermelding is niet nodig.

2.3 Onderwerp 3: Casestudies/succesverhalen

Er zijn veel voorbeelden van individuen en organisaties die zich inzetten voor gendergelijkheid en digitale vaardigheden in verschillende industrieën en sectoren.

Er zijn bijvoorbeeld programma's en initiatieven die erop gericht zijn om vrouwen en meisjes digitale vaardigheden bij te brengen, zoals coderen en computerprogrammeren, zodat ze kunnen slagen in de technologie-industrie. Er zijn ook organisaties die zich richten op het bieden van toegang tot technologie en digitale vaardigheidstrainingen aan vrouwen en meisjes in ontwikkelingslanden, met als doel hun economische kansen te vergroten en hen in staat te stellen hun eigen toekomst vorm te geven.



Op gender gebaseerde innovatieve trainingmethoden stimuleren om kledingrecycling te promoten via Augmented Reality

Voorbeelden:

Equal4Europe

<https://equal4europe.eu>

Dit door de EU gefinancierde project bevordert gendergelijkheid in de wetenschap en het bedrijfsleven om het bewustzijn te vergroten en gezamenlijke innovatie door inclusiviteit te stimuleren. Het heeft een netwerk opgezet om zijn principes te ondersteunen en als uitwisselingsplatform te fungeren. Het heeft ook gratis tools ontwikkeld om de participatie van burgers te vergroten.

Wereldwijde digitale vrouwen

<https://global-digital-women.com/en/>

Dit bedrijf richt zich op de empowerment van vrouwen en organiseert evenementen en panels om "cross-industry internationale netwerken mogelijk te maken en de uitwisseling tussen experts, professionals en bedrijven te bevorderen". Via zijn "talentprogramma's" inspireert het ook vrouwen voor digitale carrièrepaden.

Hypatia

<https://cordis.europa.eu/project/id/665566>

Dit project is gericht op het implementeren van innovatieve activiteiten om inclusiviteit en gendergelijkheid in bèta/techniek te stimuleren. De Hypatia-hubs zullen "een duurzame basis bieden om deze activiteiten op lange termijn uit te voeren, met een focus op verspreiding via netwerken en betrokkenheid van belanghebbenden, waardoor de impact van het project zich kan vermenigvuldigen".



Op gender gebaseerde innovatieve trainingmethoden stimuleren om kledingrecycling te promoten via Augmented Reality

Democratische en inclusieve schoolcultuur in bedrijf (DISCO)

<https://pjp-eu.coe.int/en/web/charter-edc-hre-pilot-projects/home>

DISCO is een gezamenlijk Europees programma dat financiering en samenwerkingsstimulansen biedt op het gebied van onderwijs voor democratisch burgerschap en mensenrechteneducatie (EDC/HRE).

GENDER NET Plus

<https://www.era-learn.eu/network-information/networks/gender-net-plus>

Een transnationaal actieplan ter bevordering van gendergelijkheid in onderzoek en innovatie.

In de mode- en textielindustrie zijn er initiatieven gericht op het bevorderen van duurzaamheid en het verminderen van afval, onder andere door upcycling en hergebruik van kleding. Deze initiatieven kunnen ook bijdragen aan het bevorderen van gelijkheid tussen mannen en vrouwen door mogelijkheden te bieden voor training en het ontwikkelen van vaardigheden voor vrouwen in deze industrieën.

Er zijn misschien geen specifieke succesverhalen voor het bevorderen van gendergelijke digitale competenties voor kledingupcycling, maar de inspanningen om gendergelijkheid en digitale vaardigheden te bevorderen in aanverwante industrieën en sectoren tonen aan dat er een positieve impact kan zijn en dat het belangrijk is om de inspanningen op dit gebied voort te zetten.

Europa is de thuisbasis van veel innovatieve en vooruitstrevende organisaties en individuen die duurzame mode en kledingupcycling promoten en in de praktijk brengen, evenals gendergelijke digitale platforms en opleidingen.

Voorbeelden:

1. De reformatie

<https://www.thereformation.com>



Op gender gebaseerde innovatieve trainingmethoden stimuleren om kledingrecycling te promoten via Augmented Reality

The Reformation is gevestigd in Los Angeles, maar is ook sterk vertegenwoordigd in Europa. Het is een duurzaam modemerken dat gebruik maakt van duurzame materialen en praktijken, waaronder upcycling, om stijlvolle en milieuvriendelijke kleding te maken.

The Reformation heeft duidelijke ethische en maatschappelijk verantwoorde richtlijnen. In dit kader stimuleert zij ook gelijke kansen voor mannen en vrouwen en gelijke opleidingen en inspireert zij haar leveranciers actief om hetzelfde te doen.

<https://www.thereformation.com/sustainability/commitments-certifications.html>

2. Patagonië

<https://eu.patagonia.com/gb/en/home/>

Patagonia, het bedrijf voor outdoor kleding en -uitrusting, staat bekend om zijn inzet voor duurzaamheid en heeft een aantal programma's en initiatieven geïmplementeerd om afval te verminderen, onder andere via zijn "Worn Wear"-programma <https://wornwear.patagonia.com>, dat klanten aanmoedigt om hun kleding te repareren en te recyclen.

Patagonia heeft geïnvesteerd in een genderneutrale marketingstrategie die zich richt op het vertellen van *ecologische en sociale verhalen* zonder onderscheid naar geslacht (Stewart, 2016).

3. De Circulaire Mode Gemeenschap:

<https://circular.fashion/en/>

De Circular Fashion Community is een platform dat consumenten, bedrijven en organisaties in de mode-industrie met elkaar in contact brengt om circulaire mode, waaronder het upcyclen van kleding, te promoten en te ondersteunen. Het platform biedt bronnen, informatie en ondersteuning om individuen en organisaties in de mode-industrie te helpen duurzamere praktijken toe te passen.

4. De Zweedse Mode Raad

<https://www.swedishfashioncouncil.se>

De Swedish Fashion Council is een non-profitorganisatie die duurzame mode in Zweden en daarbuiten promoot. De organisatie heeft verschillende initiatieven en programma's, waaronder workshops en trainingen over duurzame mode, waaronder het upcyclen van kleding.



Op gender gebaseerde innovatieve trainingsmethoden stimuleren om kledingrecycling te promoten via Augmented Reality



3. Extra materialen en bronnen

Deze sectie is bedoeld om je het leven gemakkelijker te maken!

Het biedt een verscheidenheid aan bronnen om uw begrip van de onderwerpen die in de vorige sectie zijn onderzocht te bevorderen. Elk van de bronnen dient als materiaal voor verder lezen en meer praktische implementatie van de AR4Reclothing-praktijken en -ideeën.

Module 5: Gendergelijke digitale competenties voor kledingupcycling			
Type bron	Titel	Onderwerp	Link
Online artikel+video's	Mode, toekomst, vooruit: digitale vaardigheden voor opleidingen in de textielindustrie	Onderwerp 1: Theoretische achtergrond	https://learntechasia.com/fashion-future-textiles-industry-training/
Online artikel	Vier manieren waarop technologie de mode-industrie verbetert	Onderwerp 1: Theoretische achtergrond	https://www.forbes.com/sites/forbescommunicationscouncil/2022/08/29/four-ways-technology-is-improving-the-fashion-industry/?sh=699f04501525
Blog	Digitale technologieën voor tijdloze duurzame mode	Onderwerp 2: Digitale competenties voor kledingupcycling	https://www.undp.org/blog/digital-technologies-timeless-sustainable-fashion
Online verslag	De toekomst van mode: Van ontwerp tot merchandising, hoe technologie de industrie een nieuwe vorm geeft	Onderwerp 2: Digitale competenties voor kledingupcycling	https://www.cbinsights.com/research/report/fashion-tech-future-trends/
Online artikel	Hulpmiddelen voor ecologisch ontwerp gebruiken: Een overzicht van de praktijken van deskundigen	Onderwerp 2: Digitale competenties voor kledingupcycling	https://hal.science/hal-01251846/document



Op gender gebaseerde innovatieve trainingmethoden stimuleren om kledingrecycling te promoten via Augmented Reality

Online artikel	Naar circulaire mode: Ontwerp voor gemeenschapsg ebaseerde kledinghergebruik- en upcyclingdiensten vanuit een sociaal innovatieperspectief	Onderwerp 3: Casestudies/succesverhalen	https://www.mdpi.com/2071-1050/15/1/262?type=check_update&version=2
----------------	--	---	---

4. Wrap-Up

De genderkloof is nog steeds een feit in deze moderne tijd. Er zijn manieren om barrières te identificeren en een passend actieplan te ontwikkelen. Vooral de kledingupcyclingindustrie kan profiteren van verschillende digitale hulpmiddelen die op een inclusieve manier kunnen worden gebruikt.



5. Referenties

- A. Perifanou, M., & A. Economides, A. (2020). De digitale kloof tussen mannen en vrouwen in Europa. *International Journal of Business, Humanities and Technology*, 10(4). <https://doi.org/10.30845/ijbht.v10n4p2>
- Babenco, V., Kulczyk, Z., Perevosova, I., Syniavska, O., & Davydova, O. (2019). Factoren van de ontwikkeling van internationale e-commerce onder de voorwaarden van globalisering. *SHS Web of Conferences*, 65, 04016. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20196504016>
- Boardman, R., Henninger, C. E., & Zhu, A. (2020). Augmented reality en virtuele realiteit: Nieuwe drijvende krachten voor de modedetailhandel? *Technologiedreven duurzaamheid*, 155-172. https://doi.org/10.1007/978-3-030-15483-7_9
- GELIJKEN, & UNESCO. (2019, 8 januari). *Ik zou blozen als ik kon: Closing gender divides in digital skills through education*. UNESCO. Opgehaald op 10 januari 2023 van <https://en.unesco.org/Id-blush-if-I-could>
- Europese Commissie . (2022). *Vragen en antwoorden over de EU-strategie voor duurzaam en circulair textiel*. Europese Commissie . Opgehaald op 10 januari 2023 van https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/QANDA_22_2015
- Evans, D. (2011). *Sociale-mediemarketing: De volgende generatie van zakelijke betrokkenheid*. Wiley Technology Pub.
- Knight, P., & Jenkins, J. O. (2009). Het invoeren en toepassen van ecodesigntechnieken: Een praktijkperspectief. *Journal of Cleaner Production*, 17(5), 549-558. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2008.10.002>
- Power, D. J. (2014). Het gebruik van 'big data' voor analyse en ondersteuning van besluitvorming. *Journal of Decision Systems*, 23(2), 222-228. <https://doi.org/10.1080/12460125.2014.888848>
- Schubert, P., & Williams, S. P. (2022). Platformen voor bedrijfssamenwerking: An empirical study of technology support for collaborative work. *Procedia Computer Science*, 196, 305-313. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2021.12.018>
- Stewart, S. L. (2016). *Wat merken kunnen leren van de genderneutrale marketing van Patagonia*. Outside. Opgehaald op 10 januari 2023 van <https://www.outsideonline.com/culture/opinion/what-brands-can-learn-patagonias-gender-neutral-marketing/>



6. Beoordeling

6.1. Inleiding

De huidige quiz-achtige beoordeling is bedoeld om het bewustzijn van de leerlingen te testen met betrekking tot gendergelijkheid en digitale vaardigheden in de kledingupcyclingindustrie. Er zijn drie soorten vragen: Multiple choice, true/false en matching.

Geschatte tijd om te voltooien: **2 uur**

6.2. Kennisbeoordeling

Quiz-achtige beoordeling gebaseerd op de hoofdinhoud. Geef het juiste antwoord vet aan als dat nodig is. Neem 10 vragen op voor je module. Verhoog geleidelijk de moeilijkheidsgraad.

Vraag 1 (meerkeuze of waar/onwaar): Genderkloven in digitale competenties betekenen dat sommige mensen slimmer zijn dan anderen.

[True] [**False**]

Vraag 2 (meerkeuze of waar/onwaar): Inclusiviteit kan niet worden aangemoedigd door onderwijs.

[True] [**False**]

Vraag 3 (meerkeuze of waar/onwaar): Werkplekken kunnen geen digitale training geven.

[True] [**False**]

Vraag 4 (meerdere antwoorden juist): Big data kan onder andere worden gebruikt voor:

[**productieoptimalisatie**] [**marketingoptimalisatie**] [netwerken] [eco-ontwerp].

Vraag 5 (meerdere antwoorden juist): Door AR te gebruiken kunnen kledingupcyclingbedrijven:

[**klanten op een unieke en interactieve manier benaderen**] [e-commerce uitbannen] [betaalde reclame vermijden] [**hun producten en de waarde van upcycling promoten**].

Vraag 6 (meerdere antwoorden juist): Ecodesign minimaliseert de negatieve impact van ontwerp en productie op het milieu door praktijken als:

[Inventarisbeheer] [Een sterke merkstem ontwikkelen] [**Virtueel passen**] [**Beeldbewerking**] [**Afbeelding bewerken**].



Op gender gebaseerde innovatieve trainingsmethoden stimuleren om kledingrecycling te promoten via Augmented Reality

Vraag 7 (meerdere antwoorden juist): E-commerce kan:
[optimaliseert de productie] [helpt bij voorraadbeheer] **[verlaagt de kosten]** **[biedt flexibiliteit]**.

Vraag 8 (matching): Match de termen met hun definities.

Termijn 1 Gendergelijkheid in digitale competenties: Gelijke toegang tot digitale technologieën en gelijke mogelijkheden om digitale technologieën effectief te gebruiken.

Term 2 Ecodesign: Een ontwerpfilosofie die de nadruk legt op het gebruik van milieuvriendelijke materialen, processen en praktijken bij het ontwerp en de productie van kledingproducten.

Term 3 Betaalde reclame: Gerichtte reclamecampagnes om het gewenste publiek effectiever te bereiken.

Termijn 4 Gemeenschapsgedreven upcycling: Praktijken en hulpmiddelen verbinden die netwerken voor kledingupcycling bevorderen.

Termijn 5 Verhoogd bereik: Vergroot klantenbestand en groeipotentieel.

Vraag 9 (matching): Match de concepten met hun uitleg.

Concept 1 Big data en analytics: Grote en complexe datasets.

Concept 2 Analytics: Gegevensanalyse op zoek naar patronen.

Concept 3 Augmented Reality: De integratie van digitale informatie met de omgeving van de gebruiker in realtime.

Concept 4 Samenwerkingshulpmiddelen: Digitale hulpmiddelen die samenwerking vergemakkelijken.

Concept 5 Samenwerking in de toeleveringsketen: Samenwerkingsinstrumenten en -praktijken die worden gebruikt om verschillende onderdelen van de toeleveringsketen met elkaar te verbinden.

Vraag 10 (matching): Match de problemen met hun oplossingen.

Probleem 1 Onbewuste vooroordelen en discriminatie op de werkplek: Zorg voor training en opleiding.

Probleem 2 Genderkloven in digitale competenties: Zorg voor gelijke toegang tot technologie, creëer stimulansen voor iedereen.

Probleem 3 Een kledingrecyclingbedrijf heeft moeite met het nemen van beslissingen: Gebruik big data en analytics.

Probleem 4 Een kledingrecyclingbedrijf verspilt te veel stof voor hulpstukken: Gebruik ecodesign.

Opgave 5 Een kledingrecyclingbedrijf betaalt om het verlies van geretourneerde artikelen te beperken: Gebruik virtuele showrooms.



Op gender gebaseerde innovatieve trainingsmethoden stimuleren om kledingrecycling te promoten via Augmented Reality

6.3. Beoordeling van vaardigheden

Uw bedrijf neemt mensen aan ongeacht hun geslacht. Mannelijke werknemers hebben echter meer vertrouwen in het gebruik van bepaalde digitale tools dan hun vrouwelijke tegenhangers. Hoe overbruggt u de genderkloof?

Oplossingen: Zorg voor training om al uw werknemers gelijke kansen te geven. Bied stimulansen voor digitale bijscholing. Moedig inclusiviteit aan door middel van aantrekkelijke ervaringen.

Bedankt!
AR4RECLTHING Team