

KITTY COUTURE - TEAM 5

PROJECT TEAM 5: PASSIEPROJECT

FASHION MAGAZINE "KITTY COUTURE"



Team 5:

Maud Naastepad (500929487)

Jessica Xie (500929372)

Mayra Veer (500929458)

Kyra Kuils (500934040)

Docent: Maaïke van Cruchten

Datum: 18-04-2024

Versie: 1

Inleiding

In onze product biografie lees je over het gehele proces van het Passieproject. Van het Lo-fi prototype tot het Hi-Fi prototype.

Jessica, Maud, Mayra & Kyra delen dezelfde passie, namelijk: Fashion, specifiek de discussie tussen de fast en high fashion industrie.

Wij hebben als eindproduct een magazine gemaakt dat beeld en informatie weergeeft over hoe 'slecht' de fast fashion industrie eigenlijk is en welke 'betere' alternatieven er tegenwoordig voor zijn.

Lees onze ervaringen in het Makers Lab, workshops, expo's, veranderingen en aanpassingen van de prototypes, nieuwe en creatieve ideeën, interviews, deskresearch en nog veel meer.

Veel leesplezier!

Inhoudsopgave

Debrief.....	5
Doel en doelgroep.....	5
Team naam en logo.....	6
Waarden prototype.....	7
Desk research (week 1).....	8
Moodboards.....	8
Onderzoek content eigen afbeeldingen.....	9
Fast fashion.....	11
Uitschrijven H1 Fast-Fashion.....	13
Onderzoek Vintage kleding.....	17
Ons doel en visie.....	19
Proces prototype.....	20
Week 1.....	20
Fysiek logo maken.....	20
Onderzoek boekbinden.....	21
Indeling magazine.....	24
Workshop huisstijl.....	26
(Lo-fi) prototype schetsen.....	27
Schetsen (lo-fi) prototype boekbinden.....	28
Stickers maken en broek laseren.....	29
Uitwerking (lo-fi) prototype in InDesign en Illustrator.....	31
Fysiek (lo-fi) prototype.....	35
Feedback Maaike.....	35
Week 2.....	36
Makers Lab workshop Riso printer.....	36
Nieuwe ideeën (me-fi) prototype.....	37
Research trip.....	38
Kaft maken.....	40
Uitwerking (me-fi) prototype in InDesign en Illustrator.....	43
Fysiek (me-fi) prototype.....	45
Me-Fi prototype testen met doelgroep.....	46
Feedback expo (me-fi) prototype.....	51
Week 3.....	52
Me-fi prototype feedback werkgroep.....	52
Workshop expo.....	53
Nieuwe ideeën (hi-fi) prototype.....	54

Uitwerking (hi-fi) prototype in InDesign en Illustrator.....	55
Printen en uitsnijden.....	57
Laser snijder chrome.....	59
Gaatjes maken (hi-fi).....	60
Kaft afwerken.....	61
Fysiek (hi-fi) prototype.....	62
Expo voorbereiding.....	63
Video.....	65
Expertcollege (week 2).....	66
Eventuele vragen voor de expert.....	66
Notities expert college.....	67
Interview AMFI docent (week 2).....	68
Interviewvragen brainstormen.....	68
Interviewvragen.....	68
Het interview.....	69
Conclusie.....	72
Planning & taakverdeling.....	73
Bronnenlijst.....	78

Debrief

De opdracht

Wij gaan iets ontwerpen met passie. Hierbij denken we aan welke toegevoegde waarde ons product straks heeft voor de wereld, bijvoorbeeld: sociale waarde, ecologische waarde, economische waarde, morele waarde etc. Wij moeten er ook voor zorgen dat wij een navolgbaar ontwerpproces doorlopen. Het eindproduct hoeft geen digitaal product te zijn en het is belangrijk dat we eigen content gebruiken. Aan het eind van het project maken wij een video waaruit blijkt dat ons prototype van toegevoegde waarde is voor de wereld.

Randvoorwaarden

Voor deze opdracht zit je in een team met nieuwe of bekende studenten, maar niet in je eigen klas. Je vormt uiteindelijk binnen dit team een groepje met 3 tot 4 personen aan de hand van elkaars passies en niet op basis van wie je al kent. Ook moeten wij ervoor zorgen dat wij fulltime (3 weken) aan de slag zijn.

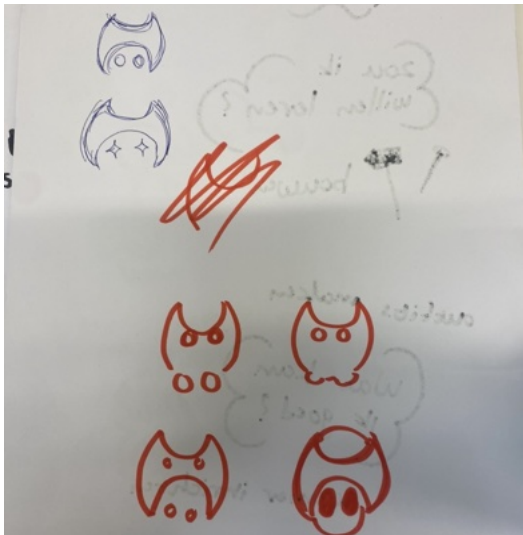
Doel en doelgroep

Wij willen graag mensen bereiken die geïnteresseerd zijn in fashion tussen de 16 en 25 jaar, maar toch veel fast fashion kopen. Wij willen laten zien dat er veel meer andere merken en kleding bestaan dat niks te maken heeft met fast fashion, zodat lezers eerder 'high fashion' gaan kiezen in plaats van fast fashion, want fast fashion is slecht voor het milieu, hoe meer fast fashion wordt verkocht, hoe meer het geproduceerd wordt. Ook willen wij laten zien dat er meer is dan een shirtje van de Zara.

Ons doel is het verminderen van fast fashion. Wij merken dat er alsnog heel veel aankopen gedaan worden bij bedrijven die fast fashion gebruiken voor het maken van hun kledingstukken. Fast fashion is erg slecht voor het milieu, want dit komt door de massale en razendsnelle productie. Dit kan leiden tot bijvoorbeeld CO2-uitstoot, microplastic vervuiling en vervuiling van water en grond.

Team naam en logo

Onze teamnaam is Kitty Couture, want het woord 'couture' past bij fashion. Wij gaan ons logo maken in illustrator. Samen hebben wij ons logo eerst op papier ontworpen. Wij wilden graag dat een kat in ons ontwerp terug zou komen. Dit logo gaan wij nog verder uitwerken in Illustrator. Op het rechter plaatje zie je hoe het logo eenmaal uitgewerkt in Illustrator eruitziet.



Waarden prototype

Ecologische waarde

Ons prototype bestaat vooral uit *duurzaamheid*, want wij hergebruiken kleding om er een kaft van te maken en wij gebruiken plexiglas voor de sleutelhangers van ons logo. Plexiglas is een heel duurzaam product, want dit materiaal heeft een lange levensduur (dit voorkomt verspilling) en het is makkelijk recyclebaar.

Door het verminderen van fast fashion denken wij aan het milieu. Wanneer er minder fast fashion wordt geproduceerd betekent dat ook dat er minder CO2 uitstoot, microplastic vervuiling en vervuiling van water en grond is. Hiermee willen wij het *milieu beschermen*.

Economische waarden

Wij willen het onderwerp fast fashion centraal stellen. Het is belangrijk dat iedereen die ons magazine leest, op de hoogte wordt gesteld van de slechte gevolgen van fast fashion. Hiermee willen wij ervoor zorgen dat mensen minder fast fashion gaan kopen en meer high fashion of vintage gaan kopen. (*Zorgvuldigheid*)

Morele waarden

De medewerkers die in de fabrieken werken worden vaak ook onderbetaald en werken heel veel uren. Hiermee willen wij de *menswaardigheid* naar boven halen. Deze mensen moeten meer gaan verdienen met het werk dat zij verrichten en dat zal helaas niet gebeuren in de fast fashion. De fast fashion moet stoppen.

Virtuele waarden

In ons magazine willen wij graag het kopen van vintage kleding promoten. Deze manier van kleding kopen is *duurzaam*, want kleding wordt hergebruikt en niet opnieuw geproduceerd hoeven te worden. Zo veel mogelijk mensen moeten eigenlijk vintage kopen, want je krijgt ook een goede kwaliteit voor een lagere prijs.

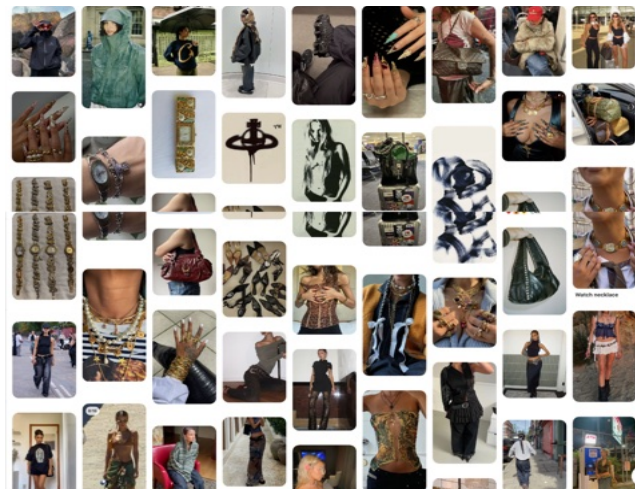
Desk research (week 1)

Moodboards

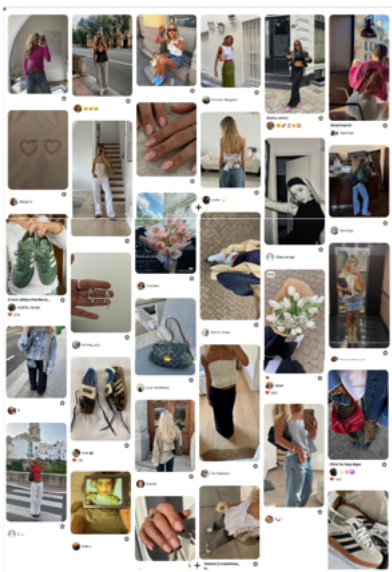
Jessica:



Mayra:



Maud:

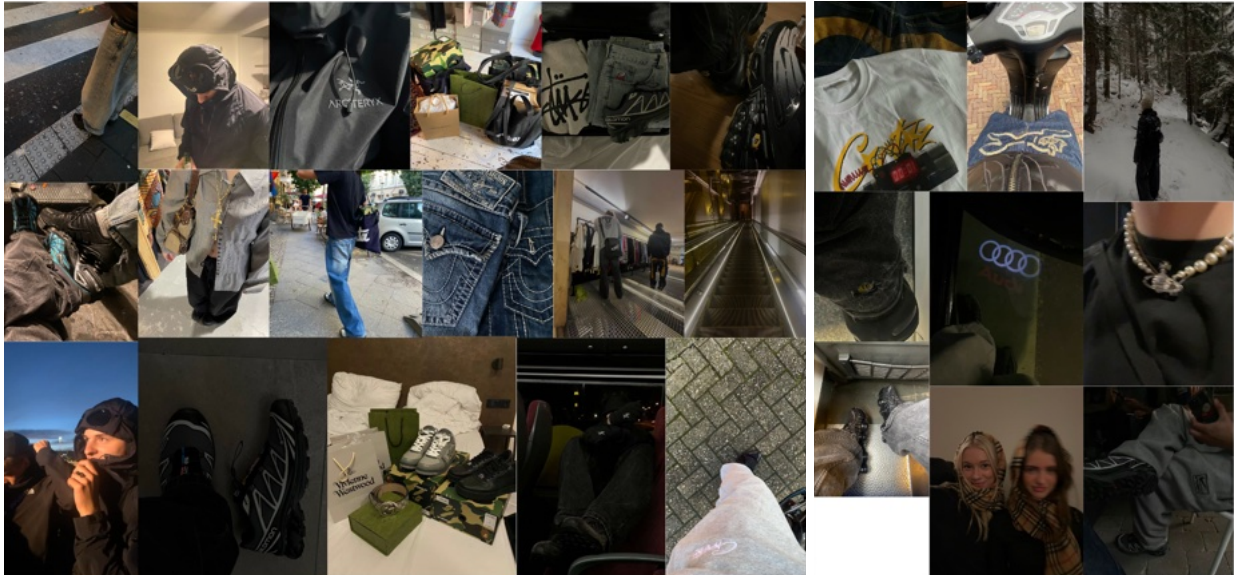


Kyra:

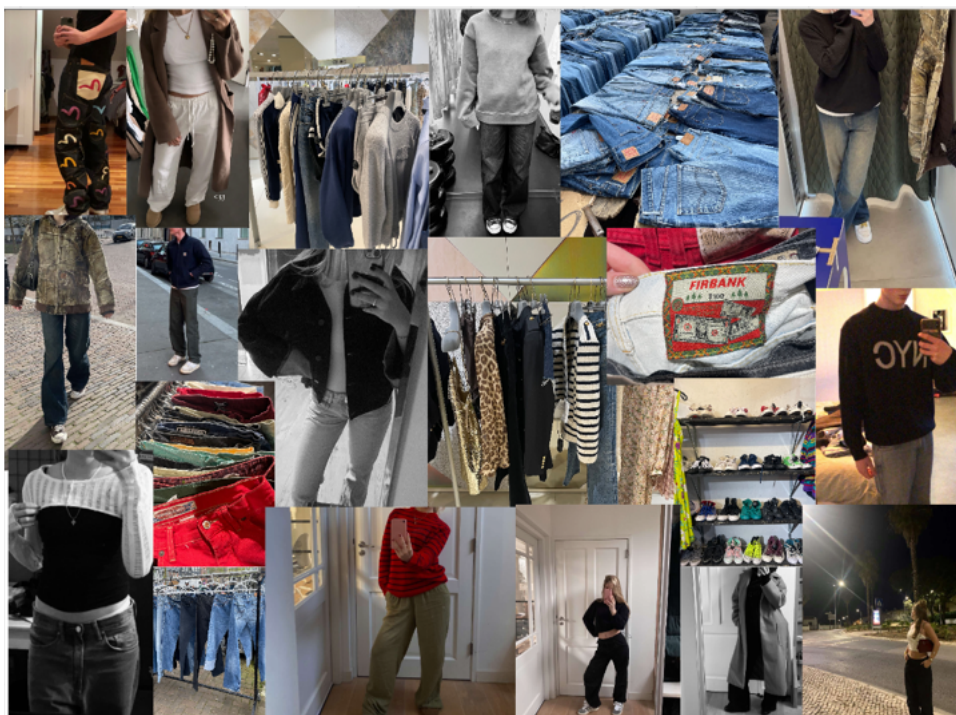


Onderzoek content eigen afbeeldingen

Mayra:



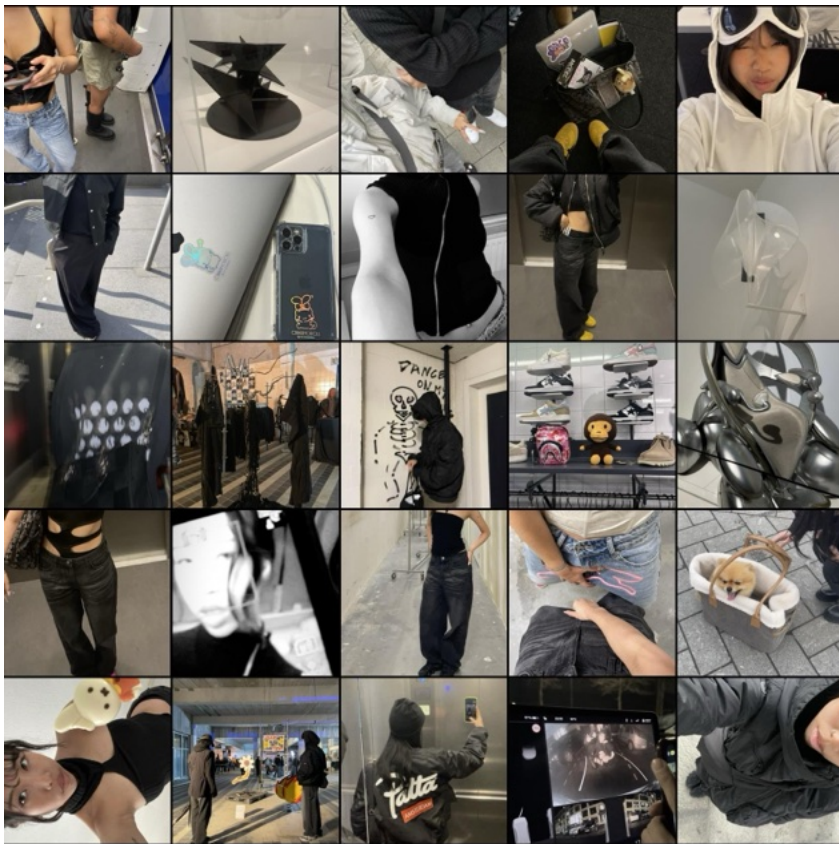
Maud:



Kyra:



Jessica:



Fast fashion

Dit onderzoek gaan wij gebruiken om het onderwerp fast fashion op een informatieve manier te kunnen overbrengen. Wij willen de lezer laten zien dat fast fashion eigenlijk helemaal niet zo positief is.

Fast fashion is snel geproduceerde kleding. Deze kleding is vaak heel goedkoop en wordt gebaseerd op de laatste modetrends. Het doel is eigenlijk om zo veel mogelijk alle nieuwe modetrends te kunnen bijhouden. Dit moet natuurlijk in een hoog tempo gebeuren.

Binnen deze bedrijven duurt het meestal maar ongeveer enkele dagen of weken om van een ontwerpconcept een product op te leveren. De reden dat deze kledingstukken voor zo een lage prijs verkopen is dat de arbeid en de materialen goedkoop zijn, waardoor het dus ook voor veel minder kan worden verkocht. Bedrijven zorgen er ook voor dat alle artikelen zo snel mogelijk bevoorraad worden wanneer het op is, zodat er steeds meer omzet kan worden gedraaid.

Fast fashion bedrijven investeren ook zo veel mogelijk in marketing en reclame om een gevoel van urgentie en wenselijkheid rond hun producten te creëren. Ze geven alleen minder geld uit aan hun arbeiders, want die verdienen heel weinig in vergelijking met wat ze eigenlijk horen te verdienen voor het werk dat zij verrichten.

Deze manier van kleding produceren is erg slecht voor het milieu. Door de snelle productie van deze kleding leidt dit tot CO₂-uitstoot, microplastic vervuiling en de vervuiling van grond en water.

-
- Fast fashion generated more CO2 than aviation and shipping combined

The fashion industry is the second-largest industrial polluter, accounting for about 10% of global pollution, ranking higher than emissions from air travel and maritime transport combined. (Mulhern, 2024)

- *20% of global wastewater comes from textile dyeing*

The fashion industry consumes a monstrous amount of water, around 93 billion cubic metres, much of it contaminated by toxic chemicals. According to the [UN Environment Programme](#), 20% of global wastewater comes from textile dyeing. Because the bulk of the production is in countries with less regulation, the wastewater often finds its way to rivers and seas where it can wreak havoc. (Mulhern, 2024)

- We discard 92 million tons of clothes-related waste each year

This next figure on our list of fast fashion statistics can be difficult to grasp, so let us reframe it. (Mulhern, 2024)

Er zitten veel negatieve kanten aan fast fashion, zoals de uitbuiting van arbeiders, vervuiling door productie en textielverf en het aanmoedigen van de wegwerpmode consumptie (fast fashion). De wegwerpmode consumptie wordt aangemoedigd door onder andere sociale media. Consumenten zien de modetrends op social media langskomen en willen dit graag hebben, waardoor dit product weer massaal wordt geproduceerd en gekocht. Wanneer dit item weer uit de mode is of overgeproduceerd is, wordt het meestal weggegooid en niet hergebruikt. Het is belangrijk dat kleding kan worden hergebruikt om toekomstige productie van weer nieuwe stoffen en kleding te voorkomen.

- More than \$500 billion are lost every year due to lack of recycling and clothing utilization.

Garments given up early and thrown out instead of recycled combine to produce massive wastage, estimated at \$500 billion every year. A large portion occurs on the consumer's side, but retail stores are just as guilty, often sp tossing or burning unsold stock. (Mulhern, 2024)

Uitschrijven H1 Fast-Fashion

Introduction:

Fast Fashion is kleding die snel wordt geproduceerd, erg goedkoop is en vaak gebaseerd is op de laatste modetrends. Modetrends komen en gaan en gebeurt erg snel, bedrijven moeten dus op een hoog tempo blijven produceren. Natuurlijk zijn de prijzen vaak erg leuk voor vele mensen, maar weten ze nog niet zo goed wat er allemaal gebeurt in de fast-fashion industrie. We maken daarom dit hoofdstuk zodat het duidelijker voor mensen wordt wat voor negativiteiten fast-fashion mee kan brengen. Ook hopen wij dat mensen meer bewust gaan nadenken bij het kopen van de kleding.

Negativities:

Bedrijven willen natuurlijk de consument zo veel mogelijk aanbieden en investeren dus veel geld in nieuwe producten. De stoffen en arbeid zijn goedkoop, zodat de rest van het geld in nieuwe producten weer geïnvesteerd kan worden. Wat vergeten wordt zijn hierbij de arbeiders die het werk doen, zij krijgen helaas maar een klein deel uitbetaald terwijl ze hier hard voor werken. Voor het werk dat ze doen horen ze veel meer beloond te worden.

Environment:

Milieuvervuiling behoort ook tot een van de negativiteiten van de fast-fashion industrie. Door de snelle productie van kleding komt er meer CO₂-uitstoot, microplastic vervuiling en overbodige vervuiling van grond en water. Dit is allemaal vreselijk voor het milieu en wordt de aarde steeds meer vervuild. Al deze negatieve effecten van de snelle fast-fashion industrie richten de wereld op sociaal, economisch en ecologisch gebied schade.

Inditex:

Veel mensen weten dat Zara, Pull&Bear, Bershka en Stradivarius onder fast-fashion vallen en dat de kleding op een snel tempo geproduceerd en verkocht wordt. Wat mensen niet weten is dat 'Inditex' achter al deze merken zit. Dit is een heel groot modebedrijf dat alle kleding produceert van deze fast-fashion merken. De eigenaar van dit bedrijf is Amancio Ortega en is al sinds 1963 actief bij Inditex. Inditex heeft een erg groot vermogen dat vooral ontstaan is door het merk 'Zara', wat wel driekwart van de omzet voor Inditex heeft

gezorgd. De fabrieken van Inditex staan vooral in Spanje, Portugal, Marokko en Turkije en 15% van de producten komt uit China vandaan.

Het merk Zara is een van de grootste merken die voor omzet zorgt bij Inditex. Dit komt doordat Zara de laatste jaren erg populair is geworden onder de jongeren. De kleding ziet er verzorgd uit en de prijzen zijn niet al te hoog. De kleding wordt vooral geproduceerd in Spanje en hierdoor wordt de productie weer goedkoper en sneller geproduceerd, wat weer zorgt voor meer winst.

Inditex moeten we nu niet in het positieve zetten, want het is en blijft fast-fashion. Volgens statistieken staan er meer Inditex winkels in Europa dan in andere werelddelen. Dit moeten we niet zien als iets positiefs, want dat betekent dat er heel veel fast-fashion merken populair zijn in Europa en dat er veel fast-fashion op een slechte manier wordt geproduceerd.

Onderzoek high fashion

High Fashion, oftewel 'Haute Couture' (high dressmaking) wordt meer gezien als een creatie van exclusieve, custom-made kledingstukken die een uniek design hebben. De bedoeling was altijd om high fashion designs te maken voor specifieke individuen, vooral met handgemaakte materialen en uiteindelijke kledingstukken.

Officieel wordt de term 'Haute Couture' pas benoemd en gekoppeld aan een modeontwerper door de Chambre Syndicale de La Couture te Parijs. Deze kamer kent Haute Couture pas toe wanneer de ontwerper(s) aan bepaalde voorwaarden voldoen:

- Kleding moet in eigen ateliers worden gerepresenteerd.
- In de ateliers moeten minimaal 12 personen te werk zijn.
- Hun collectie moet twee keer per jaar gerepresenteerd worden op de catwalk, met tenminste 50 verschillende, nieuwe kledingstukken per model.
- Er moet een speciale ruimte zijn waar kleding aan vaste klanten vertoond kan worden.

Haute Couture komt echt van het oude Parijs terug in 1945 en de regels of voorwaarden werden langzamerhand in de 21ste eeuw versoepeld. Tegenwoordig kennen we gezamenlijk high fashion merken, Louis Vuitton, Dior, Chanel, Hermes, Fendi, etc.

Wat grotendeels het verschil is tussen high fashion en fast fashion, is dat high fashion echt schaars en exclusief is. De kwaliteit van de kledingstukken is zorgvuldig (handgemaakt en wordt aldus in kleinere aantallen geproduceerd dan Fast fashion).

Het textiel en wat High fashion merken gebruiken zijn onder andere silk en wool, stoffen die moeilijker te verkrijgen is en waarvan de productie ook erg schaars is.

Onderzoek fashion in general

Fashion kent zoveel verschillende stijlen en kleding. Elk seizoen is er weer iets anders trending. De manier hoe mode zich steeds weer ontwikkeld is echt bijzonder. In 2016 droeg bijna niemand baggy kleding, maar in 2024 ineens wel. Mensen gaan mee met trends zodat ze het gevoel hebben dat ze ergens bij horen. Deze trends worden bijvoorbeeld gepromoot door beroemdheden of sociale media. Mode gaat niet alleen over het dragen van iets, maar ook hoe mensen zichzelf en hun identiteit ermee kunnen uitdrukken.

De fashion-industrie is heel groot. Het bevat modeontwerpers, fabrikanten, retailers, marketeers, stylisten en fashion media etc. De beroemdste fashionsteden zijn Londen, Parijs, Milaan, New York. In deze steden worden ook meestal grote fashion evenementen gehouden om ontworpen kleding tentoon te stellen. Wat vooral bekend is zijn de fashion weeks waar duizenden mensen op af komen en waar veel beroemdheden te vinden zijn.

Een kledingstuk moet ergens ontworpen worden. Dit gebeurt door modeontwerpers. Modeontwerpers spelen een hele grote rol in de fashion industrie, want zonder hen worden er geen originele ontwerpen gecreëerd en worden er ook geen trends gezet die door de fashion shows ontstaan. Ze bedenken telkens weer nieuwe fashion ontwerpen waardoor er altijd nieuwe stijlen ontstaan en de wereld zich niet bij 1 stijl blijft houden. Modeontwerpers hebben een heel grote rol in de mode-industrie door hun creativiteit en culturele invloed.

Kleding komt voor in allerlei prijzen. Je hebt hele dure merken zoals Gucci of Prada, maar ook goedkopere merken zoals H&M of Bershka. Duurdere kledingmerken hebben hun prijskaartje te danken aan de vakmanschap en de luxe materialen zoals luxe wol, zijde of leer. Hierdoor wordt het prijskaartje verhoogd, want de kwaliteit is veel beter. Wanneer je kijkt naar de prijs van verschillende kledingwinkels, wordt de prijs gebaseerd op de populariteit of de vraag naar verschillende stijlen of ontwerpen.

Iedereen kent wel de vintage winkels. In deze winkels kun je zoveel kleding vinden voor een lage prijs. Het is ook nog goed voor het milieu, want kleding wordt hergebruikt in plaats van opnieuw geproduceerd. Vintage winkelen is ook nog leuk om te doen, want je weet nooit wat je tegen gaat komen, want elk kledingstuk is anders.

Onderzoek Vintage kleding

Vintage kleding zijn 'oude' kledingstukken, schoenen of accessoires die met de tijd mee hip en trendy worden. Het zijn kledingstukken die al eerder zijn gemaakt uit bepaalde tijden als de jaren '60, '70, '80. Tegenwoordig dragen steeds meer mensen (vooral jongeren) vintage kleding, omdat het een soort retro, unieke en antieke stuks zijn. De stromingen en trends van vroeger komen steeds weer terug zoals bijvoorbeeld baggy jeans, low rise jeans, platform sneakers, grote gouden sieraden of denim on denim.

Mensen verwarren vaak vintage met tweedehands. Maar wat is eigenlijk het verschil?

Vintage is vaak van goede kwaliteit, waarbij tweedehandse kleding een beetje versleten kan zijn. Ook is tweedehands kleding niet per se van een periode. Tweedehands kleding zijn dus stukken die al zijn gedragen en die anderen weer opnieuw kunnen dragen. Waarbij vintage kleding dus items zijn van vroeger en dus weer worden 'herontdekt'.

Beide zijn goede alternatieven voor fast fashion omdat het erg duurzaam is, maar ook is het een alternatief voor high fashion als je een lager budget hebt.

Maar hoe duurzaam is vintage kleding eigenlijk?

In plaats van kleding weg te gooien kan je het tweedehands aanbieden. Zo draag je niet bij aan de hoeveelheid afval die voor milieuvervuiling zorgt. Koop je de kleding tweedehands? Dan zorg je ervoor dat het een nieuw leven krijgt en zo verleng je de levensduur ervan. Als je het zou verbranden komen er ontzettend veel afvalstoffen vrij en dit is super schadelijk.

Mensen die al veel vintage en tweedehands stukken dragen kiezen hier ook grotendeels voor omdat het een goedkoper alternatief is dan bijvoorbeeld high fashion. Want high fashion zijn merken als Balenciaga, Celine en Acne Studios. Dit is natuurlijk niet voor mensen met een lager budget heel toegankelijk. Vandaar dat vintage en tweedehands kleding een veel betere optie is. Zo houd je veel geld in je portemonnee en draag je een steentje bij aan vermindering van milieuvervuiling.

Waterlooplein:

Vintage kleding is nu dus natuurlijk helemaal hot, maar waar kan je nou leuke, budget proof en kwalitatieve vintage kleding kopen in Amsterdam? Hier zijn een aantal populaire plekken met leuke vintage kleding om te bezoeken in Amsterdam.

Het plein is ontstaan in 1882 en heeft de naam 'Waterlooplein' gekregen in 1883 en is nu nog steeds een bekende naam bij de Amsterdammers. Waterlooplein wordt niet alleen bezocht door de locals, maar er komen steeds meer toeristen het plein bezoeken.

Het plein bevat zo'n 300 kramen met van alles en nog wat. Ook zijn er vintage winkels te vinden waar je echt unieke pieces kan vinden zoals Episode, Kilo Store en Candy Store. Dit zijn zeker winkels die een kijkje verdienen als je op Waterlooplein loopt. Verder is het dus ook leuk om een rondje te lopen op Waterlooplein langs de kraampjes want ze verkopen er kleding, tassen, accessoires en nog veel meer.

Dus Waterlooplein is zeker het bekijken waard om authentieke, unieke en tegelijkertijd betaalbare en duurzame items te scoren.

Ons doel en visie

Wij willen graag mensen bereiken die geïnteresseerd zijn in fashion, maar toch veel fast fashion kopen. Wij willen laten zien dat er veel meer andere merken en kleding bestaan dat niks te maken heeft met fast fashion, zodat lezers eerder 'high fashion' gaan kiezen in plaats van fast fashion, want fast fashion is slecht voor het milieu, hoe meer fast fashion wordt verkocht, hoe meer het geproduceerd wordt.

Ons doel is het verminderen van fast fashion. Wij merken dat er alsnog heel veel aankopen gedaan worden bij bedrijven die fast fashion gebruiken voor het maken van hun kledingstukken. Fast fashion is erg slecht voor het milieu, want dit komt door de massale en razendsnelle productie. Dit kan leiden tot bijvoorbeeld CO2-uitstoot, microplastic vervuiling en vervuiling van water en grond.

Beschrijving voor in het magazine:

Overal op de wereld wordt er heel veel fast fashion gekocht. Fast fashion is natuurlijk leuk voor je portemonnee, maar niet voor het milieu en de werkomstandigheden waar de werknemers zich in de fast fashion industrie moeten bevinden. Het is van groot belang dat steeds minder mensen fast fashion gaan kopen voor een betere en duurzamere wereld.

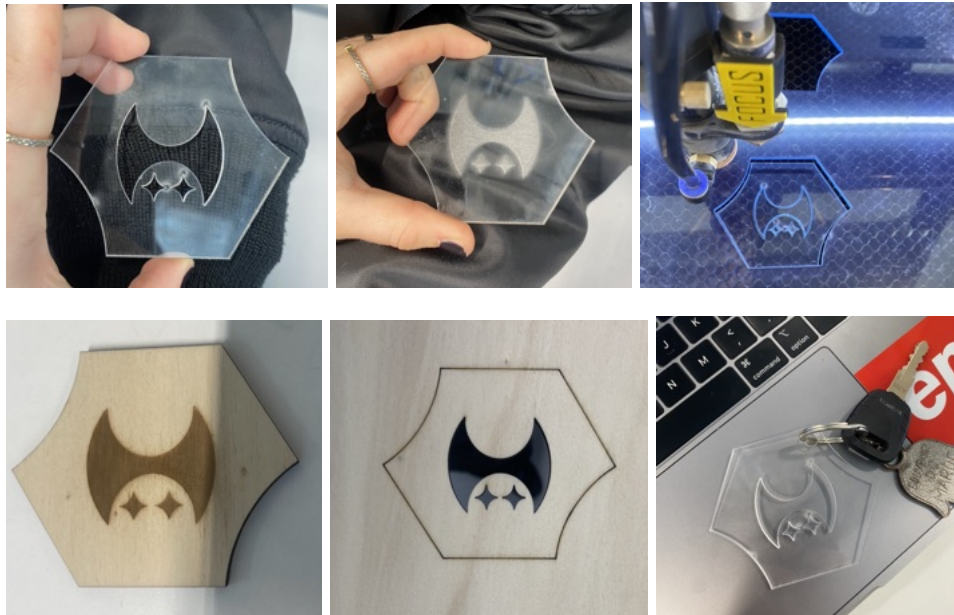
Er bestaan heel veel leuke kledingmerken die niks te maken hebben met fast fashion en die wel duurzaam zijn. Natuurlijk kan je ook overwegen om vintage kleding aan te schaffen zodat het nog steeds leuk blijft voor jouw portemonnee. Ons doel is zo min mogelijk milieuvervuilende massa productie van kleding en zo veel mogelijk duurzame productie. Op naar een betere toekomst en jij kan daarbij helpen.

Proces prototype

Week 1

Fysiek logo maken

Om 11:45 had ons team een afspraak in het Makers lab met Maaïke. Zij heeft ons een hele tour gegeven door het makers lab. We hebben een uitleg gekregen over de 3D-printers, RISO, piepschuim zagen en vormen maken. Hier ontstonden bij ons veel ideeën in de groep en wilden we een aantal ook echt gaan toepassen tijdens dit project. We hebben gekozen om een logo te laseren op plexiglas en ook vormen uit te snijden op denim stof voor de kافت. Dit vonden wij het beste idee, omdat het een duurzaam product is. Na de rondleiding zijn we het logo nog een beetje gaan aanpassen en daarna meteen gaan laseren.



Wij zijn gaan experimenteren met de materialen hout en plexiglas. Hieruit hebben wij gekozen voor het uitgesneden plexiglas. Wij vonden de lijnen mooier wanneer het logo uitgesneden was in het midden. Ook het plexiglas past bij ons milieuvriendelijke doel. Wij hebben uiteindelijk sleutelhangers gemaakt om ons logo te verspreiden.

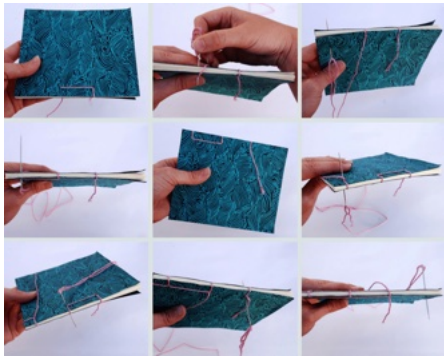
Het proces van materialen uitsnijden was simpel met duidelijke hulp van geleerden in het Makers Lab. Aan het begin hebben we een idee gecreëerd en zijn geëindigd met een betere

uitwerking. Het leerproces was vrij verwarrend en leuk. Doordat wij hebben geleerd hoe de laser snijder werkt, gaan wij dit zeker gebruiken voor onze kaft en misschien om verschillende bladzijden iets specialer te maken.

Onderzoek boekbinden

Voor ons eerste prototype gaan wij onderzoek doen naar hoe wij de kaft en het magazine gaan binden zodat het niet uit elkaar valt. In dit onderzoek gaan wij verschillende manieren om spijkerstof te binden onderzoeken.

Japans boekbinden



(Boekbinden, 2015b)

Deze bindingswijze is een manier van binden met 4 gaatjes. Je hoeft niks te lijmen of te vouwen, dus het is een makkelijke manier. De kwaliteit van het binnenwerk papier is heel belangrijk voor de kwaliteit van de binding. Belangrijk is dat bij Japanse bindwijze in hardcover of gekartonneerde uitvoering, voor en achter een standaard 4 pagina's wordt mee gebonden, waarop de schutbladen komen. Wat hebben we nodig:

- Schaar
- Vouwbeen
- Drie vellen van 46 cm x 61 cm tekenpapier of schetspapier
- Een dik stuk papier of karton
- (Gewaxte) linnen draad
- (Boekbind) naald
- Priem
- Meetlat
- Rechthoekige driehoek

-
- Hobbymes

Linnen draad

Linnen draad is een materiaal dat vaak wordt gebruikt bij het boekbinden, want het is sterk. Wanneer je het magazine gaat naaien met linnen draad, zou het ook langer mee kunnen gaan. Het voordeel van linnen draad is dat het minder snel uitrekt dan garen. Gewaxt linnen draad kan makkelijker door de gaten heen komen dan niet gewaxt linnen draad.

In welke situatie gebruik je nu welke draaddikte?

Dun garen (bijvoorbeeld nummer 50):

- als je veel katernen hebt
- bij dunnen katernen
- of bij hard papier

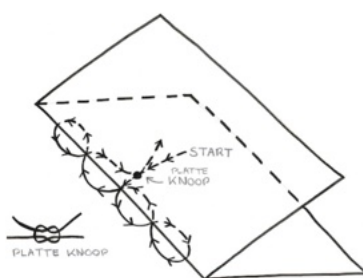
Dik garen (bijvoorbeeld nummer 25):

- als je weinig katernen hebt
- bij dikke katernen
- of bij zacht papier

Hou er wel rekening mee dat je keuze van de dikte van je draad ook invloed heeft op de dikte van de rug. Het hangt er natuurlijk allemaal vanaf welke binding je wil toepassen.

(Boekbinden, 2016)

Losse vellen binden: manier 1



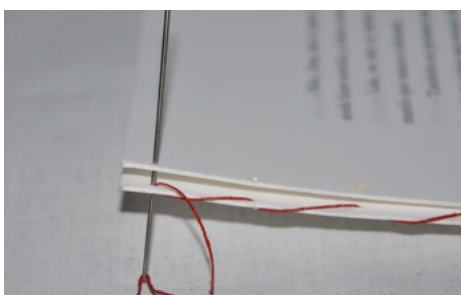
(Boekbinden: De Basics, z.d.)

Dit is een hele eenvoudige manier om de bladzijden te kunnen binden. Dit is ook wel een van de makkelijkste manieren. Wat hebben we nodig:

- Een vouwbeen, hiermee ga je over het papier om het mooi glad te strijken, veel handiger dan je nagels of vingers te gebruiken
- Boekbinders naald, deze naald heeft een heel scherpe punt maar is toch redelijk dik en stevig
- Draad om te naaien, kan ook echte boek binddraad zijn of linnen draad dat iets steviger is, maar gewone borduurgaren werken ook perfect
- Boekbinders priem, om gaatjes te prikken in je papier
- Breekmes, potlood, snijmat en metalen lat

(Boekbinden: De Basics, z.d.)

Losse vellen binden: manier 2



(Karin, 2019)

Om losse vellen het makkelijkst aan elkaar te kunnen binden is het handig om een naaitechniek te gebruiken. Er is alleen 1 voorwaarde hierbij en dat is dat de rugmarge ongeveer 7 millimeter moet zijn. Wat hebben we nodig:

- Garen, niet te dik en een stompe naald
- PVA lijm
- Schutbladen
- Gaas
- Boormachine met een boortje dat iets dikker is dan de naald ($\pm 1,5$ mm)
- Drieg mal (optioneel)

Indeling magazine

Kaft: Foto van black denim solid, logo erop (in silver chrome) spray painted chrome en label van je broek met "Kitty Couture" erin gelaserd aan de rechterkant onderaan.

Inhoud:

Bladzijde 1

- Is "kitty couture" in het midden en onderaan auteursrechten (onze namen)

Inhoudsopgave

- Bladzijde met de inhoud en op welke bladzijde de inhoud staat

Ons doel, visie etc als voorwoord, na de inhoudsopgave

- Inleiding over fast fashion
- Wat voor gevolgen fast fashion heeft (kort uitgelegd)
- Kort uitleggen wat helpt voor een betere wereld
- Ons doel vertellen

Fashion in general

- Fashion trends
- Fashion steden en evenementen
- Modeontwerpers en hun belangrijke toevoeging aan de mode industrie
- Duurdere merken VS goedkopere merken
- Vintage winkels

Roddelpagina 1 tot 2 blz

- Roddels vertellen over kleding merken of grote bazen van kleding bedrijven

H1, fast fashion

- Kleding gebaseerd op laatste mode trends
- Kleding wordt voor een lage prijs verkocht, want

- Fast fashion bedrijven investeren in marketing en reclame/ voorbeelden fast fashion bedrijven
- Milieuvervuiling
- Negatieve kanten van fast fashion

Interview met expert buiten HVA

- Vragen en antwoorden tonen op een fijne leesbare manier

H2, high fashion is de oplossing en zo eindigen we ook

- Haute couture
- Verschil tussen high fashion en fast fashion
- Textiel high fashion
- Voordelen high fashion/ high fashion winkels voorbeelden
- Vintage kleding winkels
- High fashion is de oplossing, want

Eindigen met een uitgave pagina (laatste pagina)

Achterkant: Foto van black denim (kontzak), "Kitty Couture" letters in chrome op de zak en een barcode onderaan.

Vormgeving:

- **Kleurenthema:** Donkergrijs, lichtgrijs, zwart, beige, wit, (soms met een felle kleur)



- **Font:** Helvetica



- **Titel:** Dikgedrukt
- **Foto's:** Grote plaatjes, zelf maken, gebaseerd op moodboards.

Workshop huisstijl

Wij hebben de workshop "Huisstijl" gevolgd, omdat dit bij ons ontwerp goed van pas zal komen. Eerst kregen we informatie en hebben we verder kunnen brainstormen over onze brand identity, naamgeving (hoe komt onze naam over en hoe willen we het brengen), waarde van ons brand (is het een sociaal merk? Wat willen wij uitstralen?), brand promises (beloftes die ons merk moet nakomen), visual identity (color palette, placings, groottes, consistency), verbale identiteit (tone of voice), brand essence (visie en missie), onderscheidend vermogen (wat maakt onze magazine anders dan de andere magazines?)

Na de presentatie hadden we de opdracht "Wie ben jij?" gemaakt. Hierin moet je uitleggen wie je bent, wat je doet en waarom dat iets toevoegt. Door deze opdracht hebben wij een kijkje genomen in het perspectief van de gebruiker en hebben wij goed kunnen nadenken over het achtergrondverhaal van ons merk.

Opdracht:

Slogan: *Stop fast fashion and start saving the environment!*

Merkessentie: Wij willen mensen informeren over fast fashion (wat is fast fashion, nadelen, waarom wordt het zo veel verkocht etc.). Ook vertellen wij over high fashion (wat is high fashion, verschil tussen high en fast fashion, voordelen etc.)

Visie: wereld zonder fast fashion, zodat er meer aandacht wordt besteed aan duurzaamheid en milieuvriendelijkheid.

Waarden: mensen bewust maken om fast fashion te verminderen (subtiele stoking).

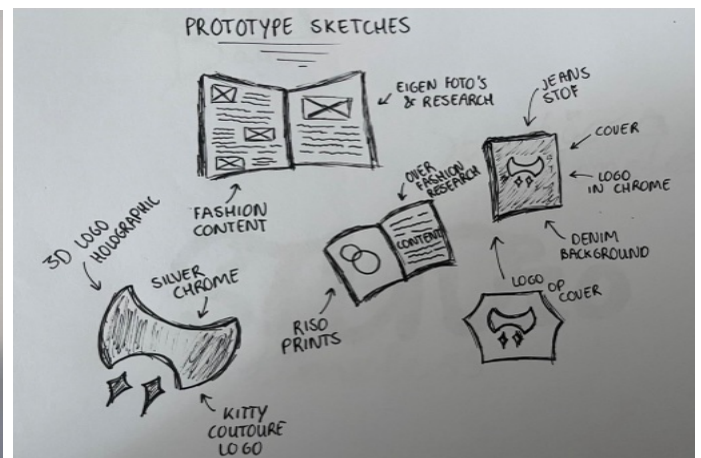
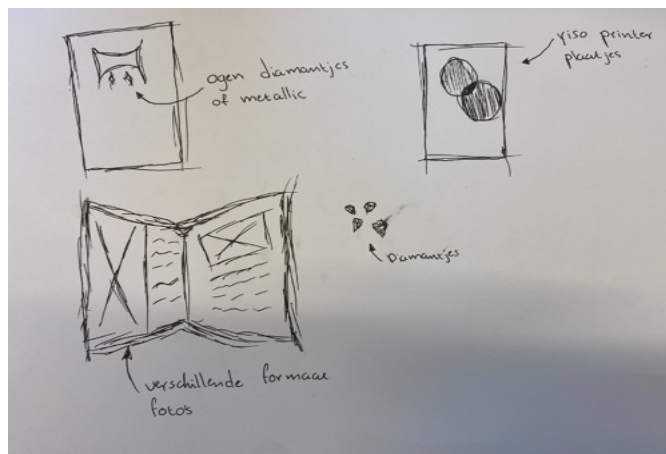
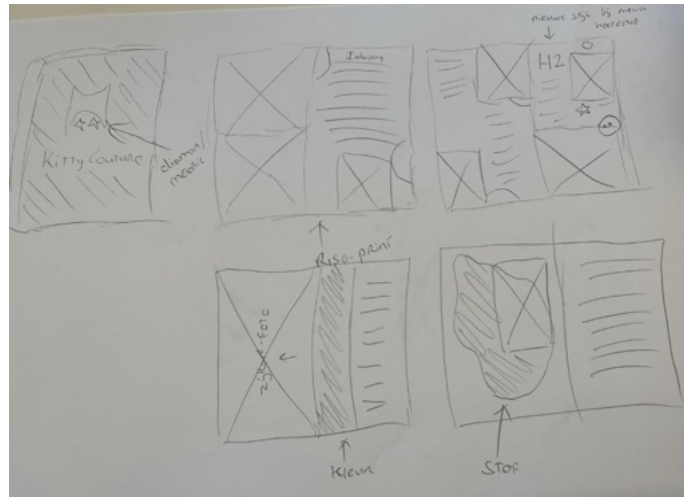
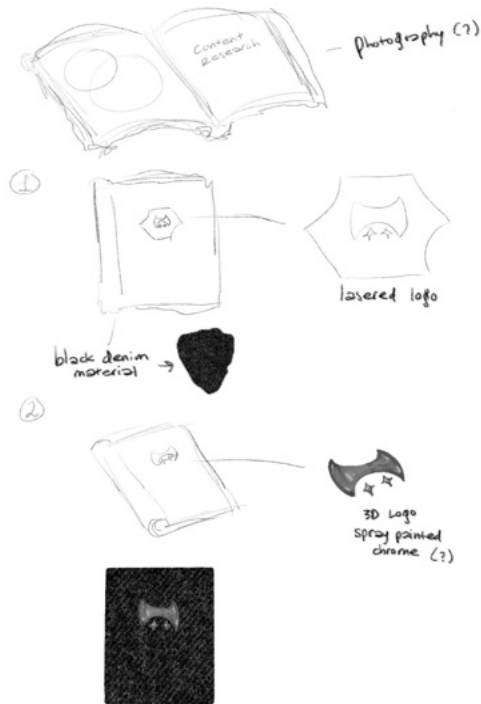
Missie: fashion liefhebbers van 15 - 30 jaar die niet veel weten over fast fashion toelichten.

Merk belofte: informatief tegenover het publiek.

Visual identity: zwart, grijze, beige, witte kleuren. Helvetica font (regular, bold etc.), spelen met typografie (rechte letters en sierlijke letters).

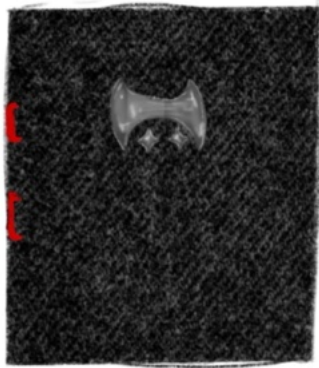
Verbal identity: Spreken over fashion, berichtgeving, informeren en overtuigen om voor high fashion te kiezen als alternatief voor fast fashion.

(Lo-fi) prototype schetsen



- Japans binden, naaien met gerecycled draad voor het binden van het boek
- Interview in het magazine zetten
- Riso printer gebruiken
- Zwarte spijkerstof als kft
- Gerecycled papier gebruiken voor een paar bladzijden

Schetsen (lo-fi) prototype boekbinden



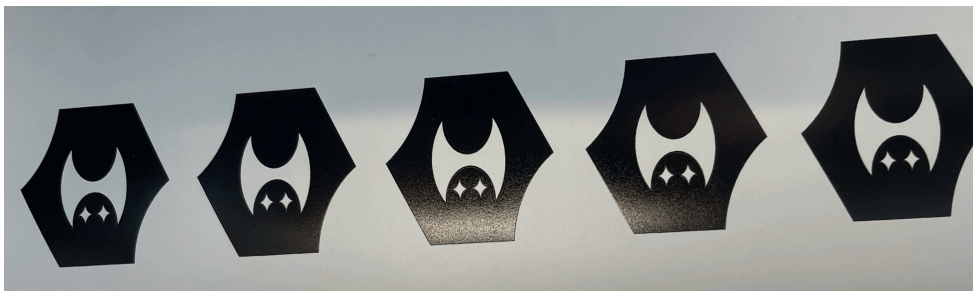
boekbinden
Lo-Fi nietjes



Bij het boekbinden voor ons eerste prototype gaan wij nietjes gebruiken. Dit vonden wij het handigste om te doen, omdat wij nog niet echt hebben geëxperimenteerd met boekbinden waar je gebruik van garen etc. maakt. Wij willen graag in ons verdere proces meer experimenten doen met wat het beste bij ons magazine past. Wij gaan dit testen door zelf te naaien door wat papier heen.

Stickers maken en broek laseren

We zijn na de workshop “Huisstijl” naar het makers lab gegaan om stickers van ons logo te maken en te testen hoe het laseren op een denim stof gaat. We hebben de stickermachine met behulp van een docent gebruikt van hoe je de stickers wilt gaan omlijnen en welke vlakken je uitgesneden wil hebben. Het ging vrij snel en makkelijk en zijn we het materiaal van de stickers gaan uitzoeken. De keuzes waren glossy en matt en wij wilden matte stickers uitprinten. Dit ging vrij makkelijk via de stickermachine en moesten we alleen de stickers zelf nog gaan uitsnijden.



Na het maken van de stickers, zijn we met een oude denim broek een lo-fi versie gaan maken van de kaft. We vonden dit een leuke combinatie met ons onderwerp, want we zijn met de broek duurzaam bezig. We hebben eerder deze week al gelaserd en wisten dus nog

hoe we het moesten doen, alleen kregen we als tip om de sterkte van de laser van 30 naar 15 te zetten op de computer, zodat het niet door de broek heen zou gaan snijden. Bij het resultaat kwamen we erachter dat bij elk soort denim een andere kleur uitstraalt van het gelaserde stuk. Bij deze lichtblauwe broek werd het lichtbruin, maar bij een andere kleur zou het weer anders kunnen zijn.

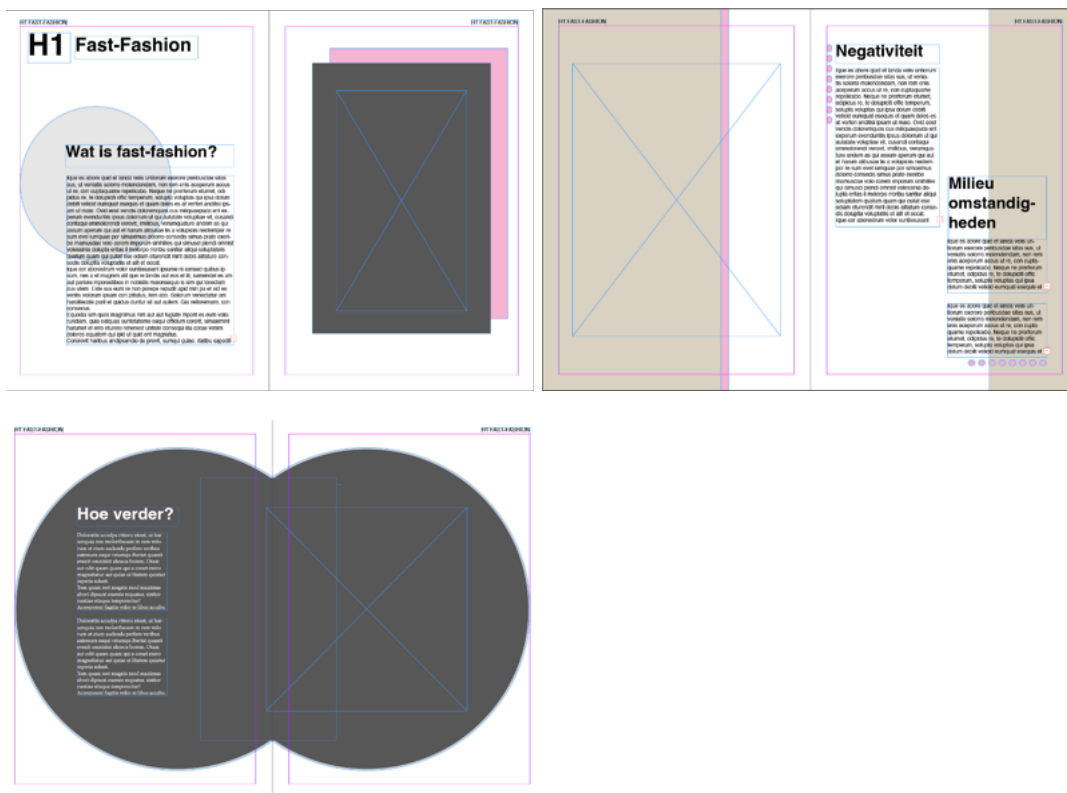


Uitwerking (lo-fi) prototype in InDesign en Illustrator

Versie Lo-Fi/ Me-fi:

- Maud - versie 1

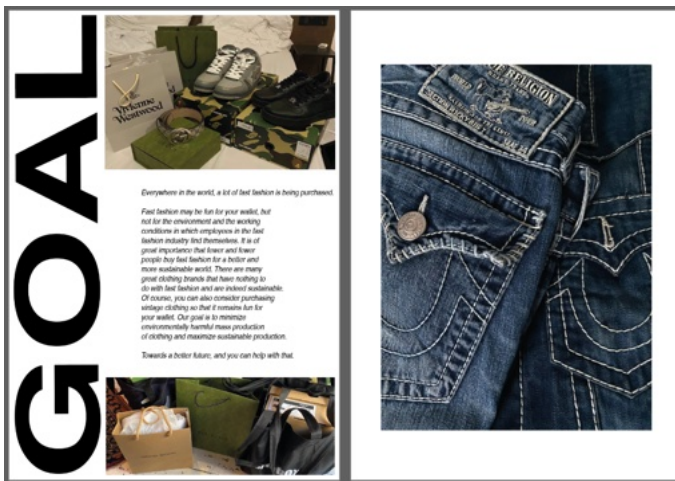
Ik ben begonnen met het maken van Hoofdstuk 1 in ons magazine. Hierin staat de informatie die we eerder hebben onderzocht over fast-fashion. Ik zoek nog naar passende foto's die passen bij de fast-fashion industrie. We hebben afgesproken om een kleurenthema aan te houden met een kleine toevoeging van een zelf gekozen kleur. Ik heb wat roze details erbij toegevoegd voor een mooi contrast.



- Mayra - versie 1



In deze versie ben ik gaan spelen met het lettertype helvetica. Ik heb de letters bijvoorbeeld laten vervagen of uit elkaar getrokken voor een bijzonder effect, want als je denkt aan fashion is een ontwerp van iets belangrijk. Ik heb mijn foto-onderzoek in het magazine geplaatst voor een beter visueel beeld bij hoe het magazine eruit gaat zien.

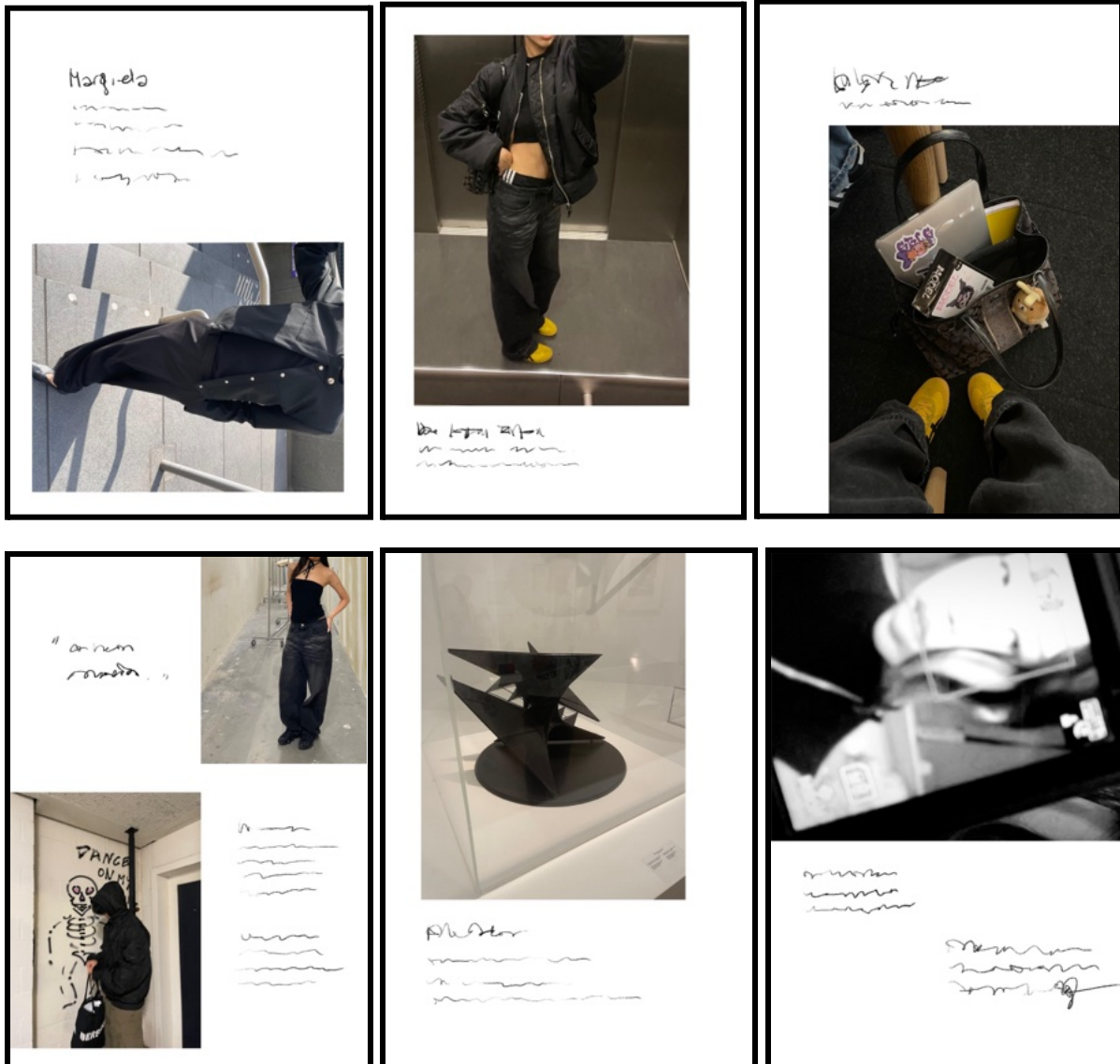


Ik heb de door ons gekozen kleurenpalet zo veel mogelijk geprobeerd terug te laten komen. Daarnaast heb ik een eigen kleur toegevoegd (rood). Ons doel was ook onze content in het Engels te schrijven, want dan kunnen zo veel mogelijk mensen het magazine lezen.



- Jessica - versie 1

Ik ben handmatig bezig geweest op mijn iPad (Procreate) om snel mijn visies van layouts in beeld te brengen. De tekst die is geschreebeld is voor de lo-fi snel gekriebel, maar wordt vervolgens in de me-fi en hi-fi in Helvetica gezet. Het kleurenthema heb ik centraal gezet in de foto's.

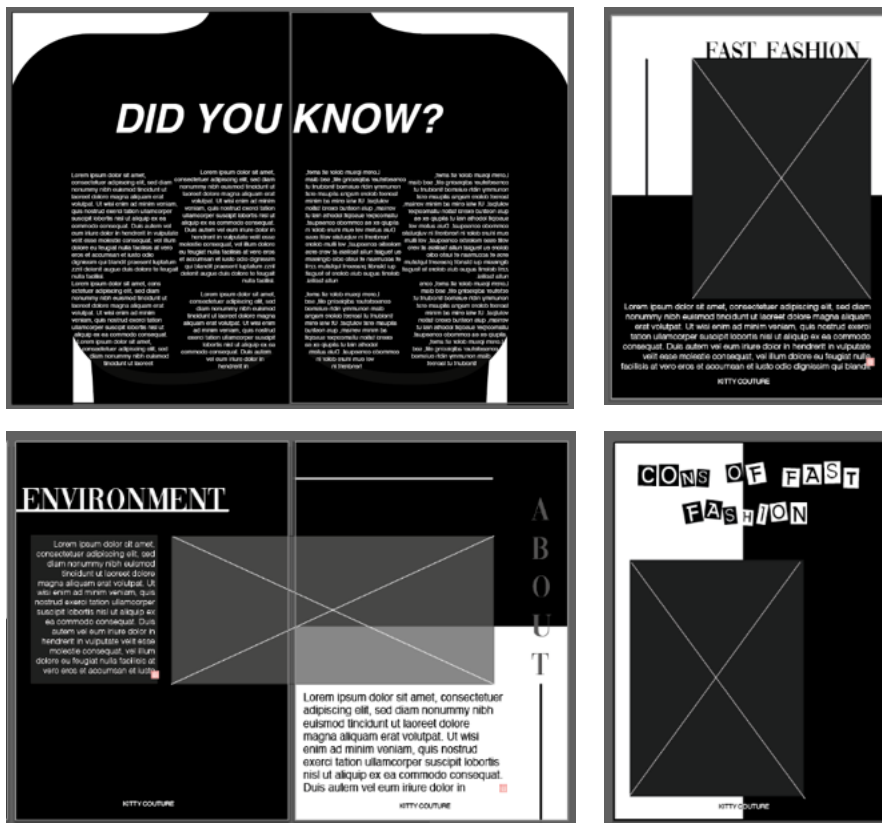


- Kyra - versie 1

Ik heb mijn Lo-fi versie gemaakt in Illustrator. Hier heb ik de stijl vrij abstract gehouden. Ik heb kleuren als zwart, wit en grijs gebruikt om het strak en neutraal te houden. Ik hou zelf van een "clean look" dus vandaar de vrij eenvoudige vormen.

Ik heb voor de tekst de font "Helvetica" gebruikt en voor de titels "Vogue regular" gebruikt en voor de laatste pagina heb ik voor de titel "EarwigFactory-Regular" gebruikt.

"EarwigFactory-Regular" is een lettertype die ik zeker wil gebruiken in een van de pagina's voor het high- fi prototype, omdat het een speelse look toevoegt. Verder heb ik de pagina's dus vrij basic gehouden, maar ik probeer wel te spelen met de posities van de teksten, titels en afbeeldingen.



Fysiek (lo-fi) prototype



Feedback Maaiké

- Geen witruimte bij de rand
- Boekbinden onderzoeken
- Zoeken naar glossy papier
- Outfit beschrijvingen erbij zetten
- Alternatieven voor het verminderen van fast fashion (vintage)
- Extern expert deze week geïnterviewd hebben (bijv. iemand die magazines maakt)
- Prototype voorleggen aan externe expert
- Wat willen wij bereiken wanneer het magazine gelezen wordt? (beter benoemen)

Week 2

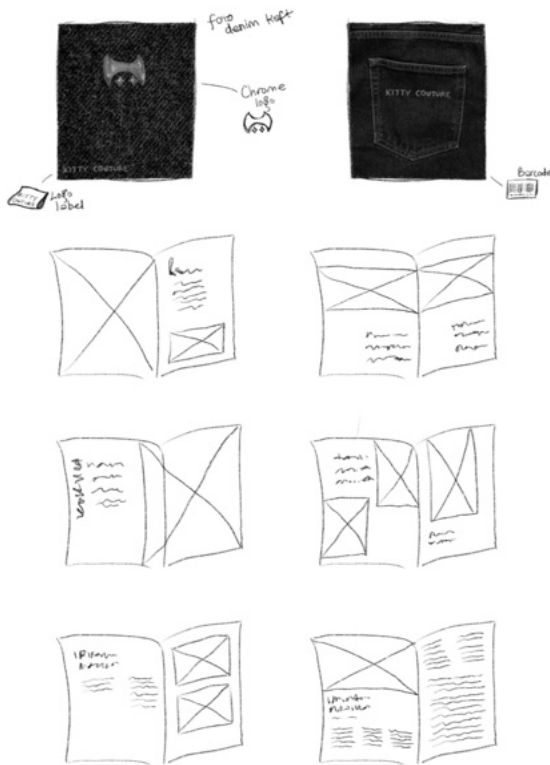
Makers Lab workshop Riso printer

In het Makers Lab zijn wij gaan onderzoeken hoe de Riso printer werkt en wij hebben van 1 bestandje 12 prints gemaakt om te zien wat het effect is van de Riso printer.

We hebben instructies gevraagd aan de docent over de Riso printer, want wij hadden een ontwerp dat wij graag met de Riso printer wilden uitproberen. Het waren best wel veel stappen die je moest ondergaan om daadwerkelijk te kunnen printen, maar het was erg leerzaam en we hebben ook inspiratie kunnen opdoen voor ons eindproduct. Je moet bijvoorbeeld eerst in je Illustrator bestand eerst zwart witte tinten gebruiken zodat er verschillende kleurtinten worden gedrukt, hierna moet je dit pdf bestand op een USB zetten en met de computer verbinden. Als je bestandje eindelijk op de computer staat kies je voor 'print', maar eerst moet je nog allemaal wijzigingen aanbrengen dat je bijvoorbeeld alleen kleur 1 wilt toepassen op je document of juist kleur 1 en 2 (dit zijn de kleuren die in de Riso printer zitten). Met deze korte cursus over de Riso printer weten wij nu hoe het werkt.



Nieuwe ideeën (me-fi) prototype



Na de feedback zijn wij gaan brainstormen over nieuwe ideeën waardoor ons magazine nog beter kan worden. Een paar nieuwe punten zijn bijvoorbeeld zoeken naar glossy papier zodat ons magazine meer als een magazine zou aanvoelen, onze kaft is niet meer een denim broek, maar een foto van een denim broek, tussen de plaatjes en de rand in moet geen witruimte zitten, het logo op de voorkant bestaat uit chrome, bij foto's van outfits in de beschrijving benoemen waar de outfit van is en als laatste gaan wij experimenteren met boekbinden en welke dingen wij hiervoor nodig hebben. Als kaft zaten wij eraan te denken om een grote sticker te gebruiken en om onze kaft heen te plakken om een glimmend effect te krijgen. Onze kaft bestaat uit een dikkere soort papier.

Research trip

Mayra en Maud zijn door Amsterdam gaan lopen op zoek naar print en druk winkels die glossy magazine papier verkopen. We vonden het handig om het nu al meteen te halen, zodat al het materiaal er al is. We zijn als eerst gegaan naar een boekenwinkel genaamd Scheltema op het Rokin. Hier hebben we vooral veel inspiratie gezocht van de binnenkant van ons magazine en kwamen we meteen een magazine tegen die erg op onze lijkt. Veel van deze plaatjes willen we uiteindelijk toepassen in de 'gossip' pagina van ons magazine.



De tweede winkel waar we waren, was Van der Heijde. Hier zijn we op zoek gegaan naar het papier voor de binnenkant van het magazine waar al het drukwerk op komt te staan. We mochten van het personeel verschillende papieren voelen welke het beste was. Uiteindelijk is dat niet helemaal glossy geworden, maar een kleine glans. We vroegen in deze winkel

ook gelijk naar een dikker soort papier met een glans voor de kافت, maar we werden hierbij verwezen naar 'Vlieger'.

In de vlieger had je heel veel verschillende soorten papier en karton en vonden we het lastig om een soort te vinden die goed buigbaar is en ook echt dicht blijft. Uiteindelijk zijn we voor een wit chrome papier gegaan met een klein chrome velletje erbij om uit te proberen of dit gaat werken.



Kaft maken

Jessica en Kyra zijn in de Makers Lab de kaft gaan uitwerken, op denim hebben we de logo's gelaserd met behulp van mensen die meer kennis over de laser-machines hadden. Vaak hebben we moeten spelen met hoe sterk de laser moet zijn en hoe wit we het gelaserde stuk wouden hebben. Eenmaal na 3 testen hebben we onze voorkeur gevonden en zijn we gaan laseren op de juiste kant van de jeans. Dit was een succes. Na het laseren van de "Kitty Couture" kwamen we constant op andere ideeën en zijn we gekomen met de achterkant, waar we heel klein de kitty logo hebben geleverd. Dit was een beetje doorgebrand maar met het idee om een foto van de denim kaft te maken is het gelukt om het gebrande stukje goed te fotoshoppen.



Na het laseren gingen we foto's maken van de broek zodat we door konden gaan met de kaft en achterkant. Toen we foto's aan het maken waren kwamen we erachter dat we nog de 'sleutelhanger' hadden gemaakt van plexiglas die we de eerste keer hadden gemaakt in het makers lab. We hebben dit aan de broek gehangen en vonden dit echt een gaaf ontwerp.





Ook kwamen wij nog op het idee om het logo te leveren aan de voorkant. Dit was wel even een uitdaging, want we hadden een kleine oppervlakte om te laseren. Maar het is ons wel gelukt. Ook hier hebben wij foto's van gemaakt en dit wordt dan de achterkant van het magazine.

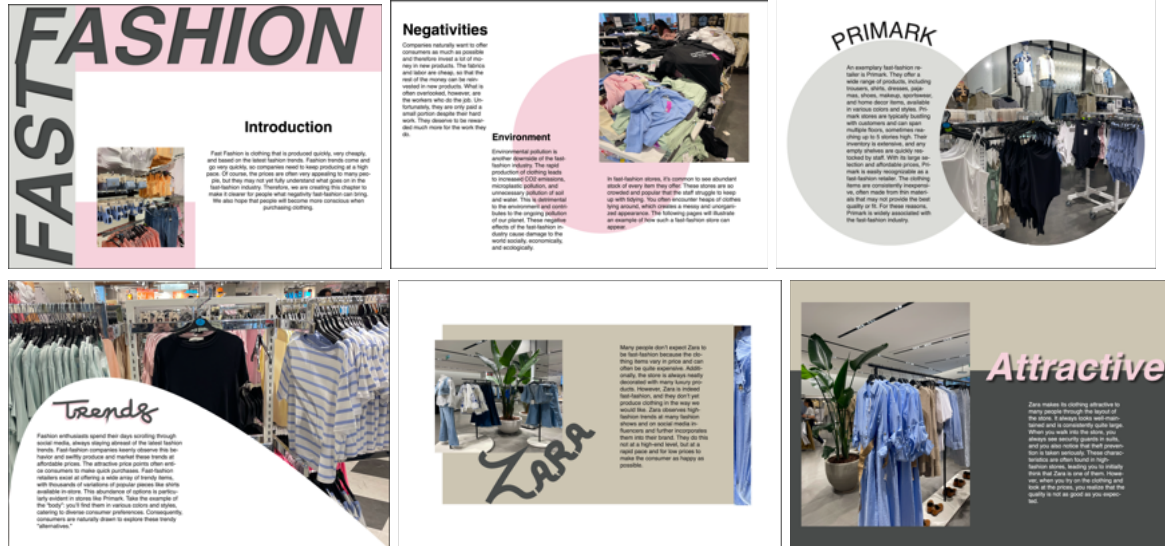
Gaatjes maken (me-fi)



Kyra is hier bezig met het maken van ons tweede prototype. Ze ging eerst bezig met het maken van de gaatjes. Dit deed ze stukje voor stukje. Toen uiteindelijk alle gaatjes waren gemaakt zijn we terug gaan kijken naar ons onderzoek naar boekbinden. Kyra heeft een beetje een eigen manier gebruikt en ook inspiratie gehaald uit manier 2 van boekbinden. Ze heeft het begin van de gaatjes en het kruisen van de draad ongeveer hetzelfde gedaan. Dit proces hoort bij ons me-fi prototype.

Uitwerking (me-f) prototype in InDesign en Illustrator

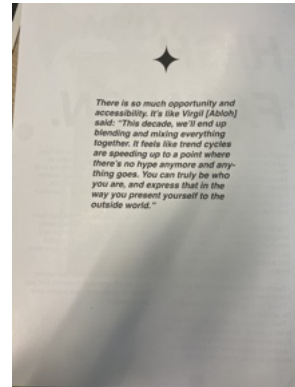
● Maud - versie 2



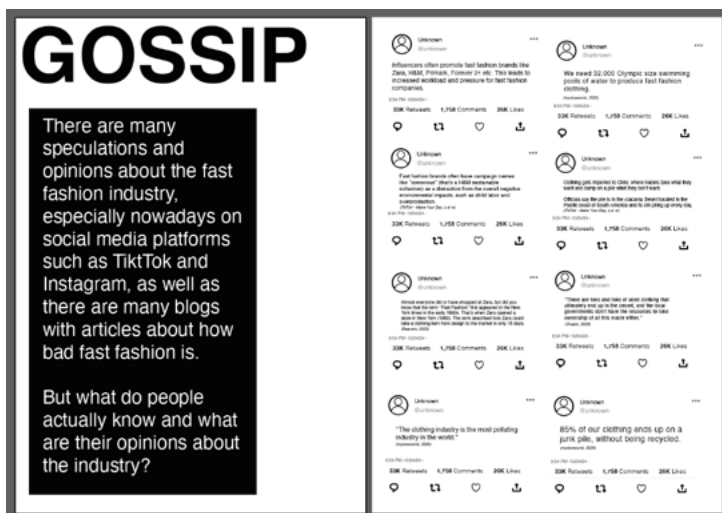
● Mayra - versie 2



- Jessica - versie 2



- Kyra - versie 2



Fysiek (me-fi) prototype



In dit fysieke prototype zijn wij bezig geweest met het maken van gaatjes om uiteindelijk het magazine te binden. Nadat wij printpapier hebben gekocht zijn wij het printpapier gelijk gaan testen door ons magazine ermee uit te printen. Alle foto's en tekst zijn nog niet helemaal af en de layout klopt ook nog niet helemaal. De margins kloppen ook niet, want je ziet een witruimte dat niet hoort en tekst is afgesneden. Dit gaan wij verder uitwerken in de hi-fi.

Me-Fi prototype testen met doelgroep

Testplan

Algemene informatie over de onderzoekers en het product	
Teamnaam, Namen onderzoekers	Kitty Couture (team 5 Maaïke) Jessica, Mayra, Maud & Kyra
Datum	11-04-24
Productnaam	Kitty Couture magazine
Omschrijving Product in 2 à 3 zinnen	Fashion magazine die informatie over fast fashion toelicht dat het slecht is en affordable high fashion (vintage) promoot.
Doel van het product voor de gebruiker	Door het magazine gemotiveerd te raken om te stoppen met fast fashion te supporten en sneller high fashion items te halen (duurzamer).
Korte omschrijving doelgroep.	Mode-liefhebbers, leeftijd tussen de 16 en 25 jaar, mensen die veel fast fashion kopen.
Doel van de test	
Wat wil je te weten komen? (high-level)	1. Welke high fashion is duurzaam? 2. Is ons doel logisch? 3. Is onze indeling logisch, wat mist er nog? 4. Is de vormgeving mooi?

Onderzoeksvragen	
Over welke (kleinere) onderwerpen heb je informatie nodig om je testdoel te bereiken?	1. Snapt de gebruiker het concept 2. Is een kleding beschrijving toevoegen aan afbeeldingen leuk?
Aanpak	
Wat heb je nodig?	1. Notitieblok of een laptop om notities op te maken 2. Ons huidige prototype 3. Lijstje met vragen die wij willen stellen 4. Telefoon voor foto's

Uitwerking

Inleiding (Lees de inleiding rustig voor)	
Algemene informatie vragen vooraf (waarmee je laat zien dat de testpersoon in de doelgroep past)	
Naam en contactgegevens Leeftijd	Destiny (23)
Apps, online	Shopt vrij veel online bij fast fashion merken als H&M, Zara, Boohoo.
Eigen vraag	Wat weet jij al van fast fashion?
Scenario (Lees je scenario rustig voor, let op zeg niets voor)	
<i>Stel je voor, je houdt super veel van kleding kopen in kledingwinkels die meedoen aan de fast fashion industrie, maar je leest in ons magazine dat fast fashion super slecht is voor het milieu. Je gaat door ons magazine minder fast fashion kopen en meer vintage kleding en high fashion, want dit is beter voor het milieu.</i>	
Opdrachten (Lees de opdracht rustig voor, let op zeg niets voor) Vul in tijdens de test wat je opvalt, en waar je nog over door wilt vragen.	
Opdracht 1: Blader door het boekje heen. Kan je alles goed vinden?	"Nee niet echt, want de inhoudsopgave ontbreekt en er is nog niet een duidelijk structuur/ indeling waardoor het een beetje verwarrend kan zijn om als lezer te lezen." 

Opdracht 2: Als je op de high fashion pagina bent, kan je eruit opmaken dat wij high fashion/vintage willen promoten?	"Ik merk dat de pagina meer informatief is en meer de feiten over high fashion benadrukt dan dat jullie statement echt naar boven komt. Want jullie visie staat op de eerste pagina maar misschien kunnen jullie dat nog een keer benadrukken bij het hoofdstuk high fashion. " 
Opdracht 3: Als je op de fast fashion pagina bent, vind je het dan duidelijk dat wij mensen meer bewust willen maken over de schade die fast fashion veroorzaakt?	"Ja, er staat duidelijk in wat fast fashion betekent, wat het doet en er wordt veel bewustwording gecreëerd over de schade die fast fashion veroorzaakt. Dat is natuurlijk goed want het sluit aan bij jullie doel. Een tip is om misschien eigen ervaring toe te voegen over fast fashion zodat jullie ook laten weten dat jullie zelf wel eens fast fashion dragen en door het maken van het magazine bewust zijn geworden hoe slecht het daadwerkelijk is. Want vaak door eigen persoonlijke ervaringen wordt de lezer beïnvloed." 
Interviewvragen + antwoorden na de test met testpersoon	
1. Zou jij nu door het lezen van onze magazine worden beïnvloed om bewuster te kiezen voor high fashion?	"Ja, maar toch is het een lastig onderwerp, omdat high fashion dus niet voor iedereen mogelijk is qua budget, beperkte maten of stijlen. Bij fast fashion is het vaak niet zo. Dus misschien andere opties aanbieden voor high fashion?"

2. Kan je uit onze magazine ons doel en visie duidelijk maken?	"Jullie doel is duidelijk, want dat wordt letterlijk beschreven en ik vind het een goed initiatief. Ik denk dat het een goed idee is om de wereld meer bewust te laten worden over de verschillen van fast and high fashion en wat er achter de fast fashion industrie schuilt."
3. Is de indeling van onze magazine logisch? Was het gemakkelijk om er doorheen te bladeren?	"Ik vond dat het nog niet echt één geheel was, omdat jullie gebruik maken van verschillende kleuren, stijlen wat zorgt voor afleiding en kan chaotisch ogen."
4. Is onze vormgeving één geheel? Past alles bij elkaar? Denk aan kleur, font, afbeeldingen, plaatsing).	"Ik merk dat er op veel pagina's de lettertypes groter zijn aangeduid waardoor de afbeeldingen wegvagen en daardoor kan het een beetje 'saaï' zijn, omdat je meer bent gefocust op de tekst. Ook zie ik dat er afbeeldingen zijn die niet bij het kopje passen. Zoals de 'trends' pagina. Daar zie je een plaatje van een kledingrek maar dat vind ik niet echt bij het hoofdstuk passen. Jullie maken gebruik van veel donkere kleuren, maar ik zie dat er dan ineens lichte kleuren worden gebruikt wat dus niet echt past bij de rest van de magazine."
5. Heb jij nog toevoegingen om ons magazine	"Misschien kunnen jullie persoonlijke teksten als interviews of statements van bekende mensen over het onderwerp zodat het niet alleen informatief blijft maar ook een beetje subjectief, omdat lezers vaak andermans meningen leuk

beter te maken?	vinden om te lezen in plaats van alleen maar informatie te lezen. Zo maak je het dus ook plezierig om er doorheen te bladeren. Maak het dus meer persoonlijk, is mijn tip."
-----------------	---

Feedback expo (me-fi) prototype

We hebben een moment gehad op school waarbij verschillende klassen naar andere lokalen konden gaan om feedback te geven op het huidige werk. Zo hebben 10 studenten op ons werk feedback gegeven en dit zijn de algemene punten die eruit zijn gekomen.

De essentie en doel van het ontwerp was voor iedereen duidelijk. Wij willen namelijk mensen bewust laten worden over hoe de fast fashion industrie er daadwerkelijk uit ziet en alternatieven bieden. Veel studenten hadden opgeschreven dat wij met onze magazine mensen willen informeren over het verschil tussen fast en high fashion, dus het concept was voor iedereen duidelijk.

Een belangrijke tip voor het concept was de vraag "hoe onderscheiden wij ons in tegenstelling tot andere fast fashion magazines?". Ook was een tip om een duidelijke en logische volgorde te maken van de content.

Ook moeten wij meer consistentie in de uitlijning en het toevoegen van bladzijdenummer.

Ook hebben wij veel positieve feedback gekregen zoals dat wij goede vormgeving (eigen afbeeldingen, tekst verhouding en lettertypes) hebben gebruikt en dat het er professioneel uitziet.

Week 3

Me-fi prototype feedback werkgroep

Feedback voor: Kitty Couture

Mijn naam: Diversity, team 4

In hoeverre voldoet de biografie aan de checklist? Welke onderdelen verdienen nog meer aandacht?

- Inleiding → Uitgebreide uitleg over prototype.
- Debrief → Debrief is goed toegelicht en je kan goed zien wat de opdracht inhoud.
- Doelgroep → Doelgroep is duidelijk uitgelegd door de leeftijd die erbij staat.
- Onderzoek → Uitgebreid onderzoek met een duidelijk doorlopend proces
- Alles is gewoon uitgebreid uitgewerkt, er mist niks.

In hoeverre is er een navolgbaar ontwerpproces te ontdekken?

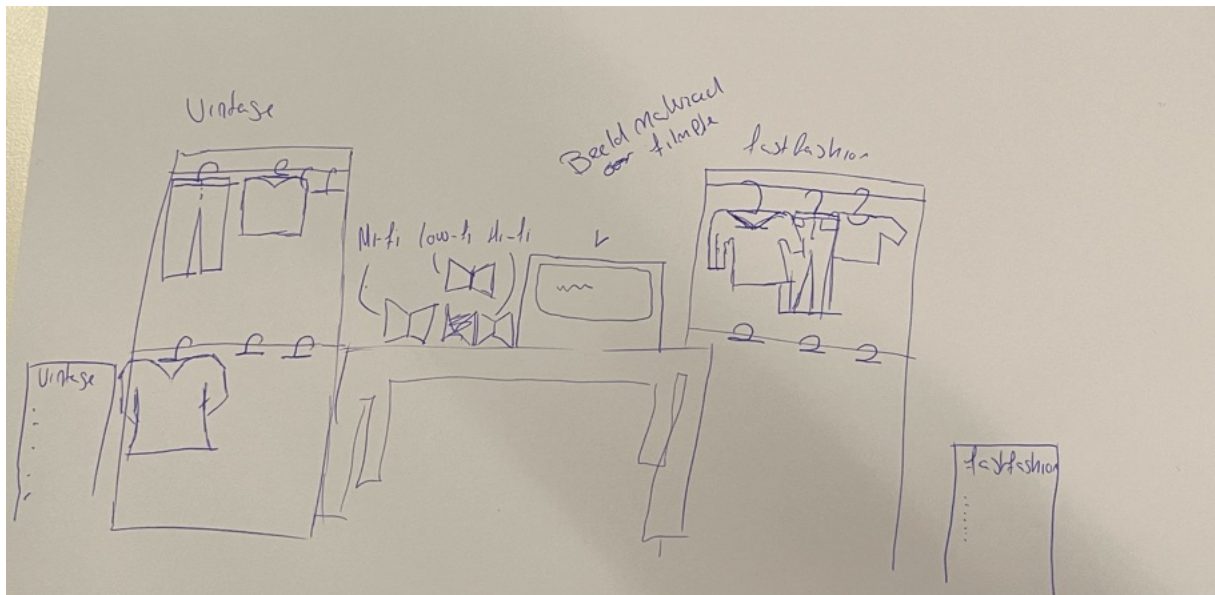
Door de foto's is het goed te volgen, alles staat ook in weken waardoor je kan zien wat er elke week gedaan is. Bij de afbeeldingen is er ook een duidelijke toelichting gegeven.

Wij hebben niet echt verbeterende feedback gekregen want het groepje dat ons feedback gaf was zelf nog niet super ver.

Workshop expo

Tijdens de workshop hebben we veel inspiratie gekregen over het opbouwen van je expo. We gingen hierna meteen brainstormen met hoe wij onze expo zo opvallend mogelijk willen maken en interactie met de gebruiker. We wisten al dat we onze drie prototypes wilden laten zien dat mensen er goed doorheen kunnen bladeren. Om de interactie nog beter te maken wilden we 2 kledingrekken neerzetten met aan de ene kant high-fashion/vintage en aan de andere kant fast-fashion, zodat de mensen goed kunnen voelen wat er voor verschil is tussen kwaliteit. We hebben een broek gelaserd en die hangen we er ook tussen. Dit nieuwe idee maakt onze expo nog opvallender en leuker.

Ook wilden we voor meer interactie twee papiertjes neerleggen met "Draag jij fast-fashion" en "Draag je high-fashion/vintage" waar mensen hun naam onder kunnen zetten, of sticker. Zo zien we duidelijk wie dit magazine zou moeten lezen en wie al goed bezig zijn met duurzame kleding dragen.



Nieuwe ideeën (hi-fi) prototype

Voor ons laatste prototype hebben wij weer nieuwe ideeën bedacht aan de hand van de feedback en het expertcollege. Wij hadden als feedback gekregen dat wij meer consistent moeten zijn met de indeling van ons magazine. Het was allemaal heel rommelig ingedeeld met verschillende thema's. Die verschillende thema's vonden wij eerst een leuk idee, want zo konden wij onze verschillende stijlen samenbrengen, maar na de feedback bleek dat het best onduidelijk was. Wij gaan ervoor zorgen dat wij allemaal dezelfde kleuren gebruiken en dezelfde lettertypes gebruiken. Voor het boekbinden gaan wij nu de kaft op een A3 uitprinten en dit als kaft om de bladzijden van ons magazine vouwen en gaan wij chrome A4 papier gebruiken voor de bladzijde achter de kaft. Het boekbinden met de draad houden wij ook.

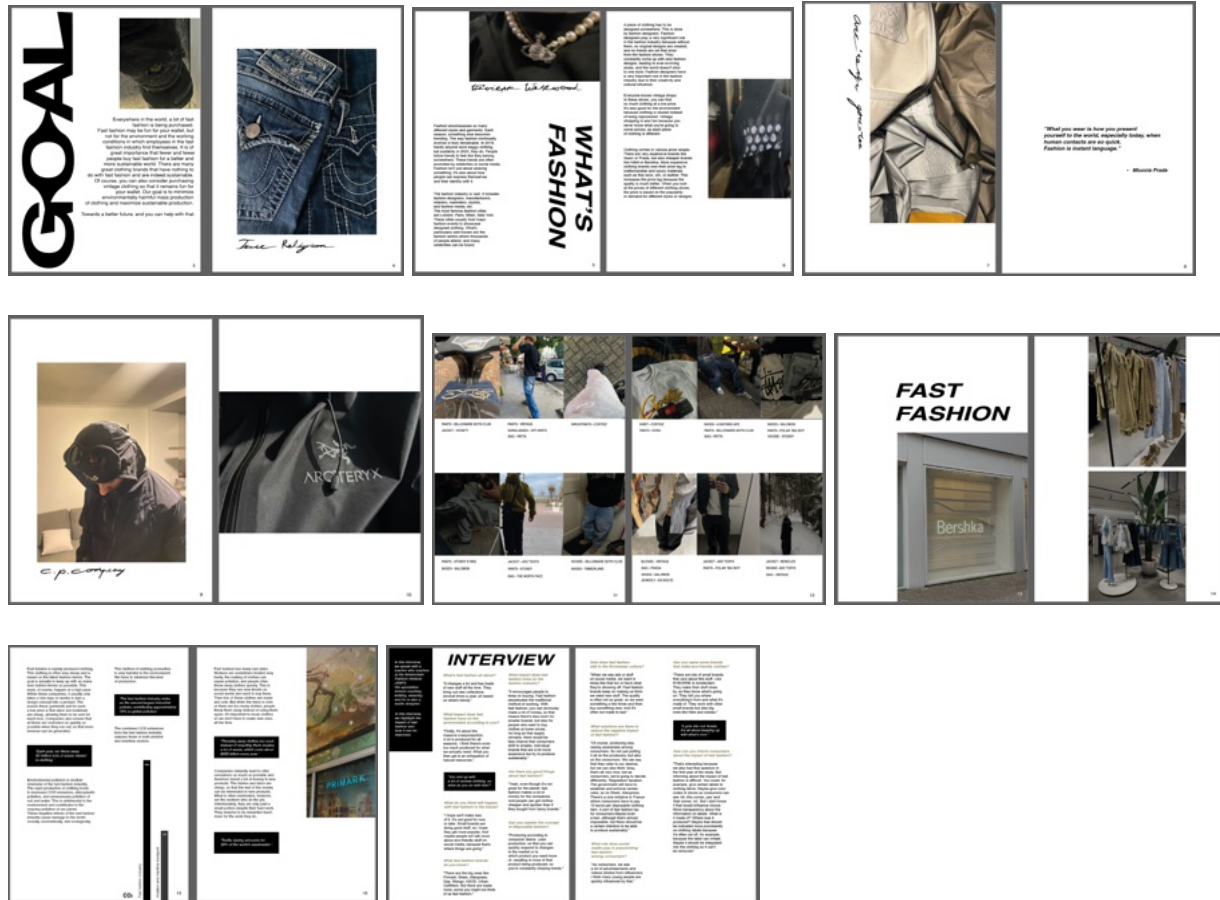
Wij misten ook veel dingen qua informatie. Het was onduidelijk wat onze doelgroep was en in het magazine snapte je niet echt wat het doel was terwijl je aan het lezen was. In de nieuwe informatie komt een nieuw kopje over vintage kleding (dit is duurzaam), een interview met een expert over fast fashion, statistieken zodat het betrouwbaar is en een pagina met 'wist je dat' toevoegen zodat de lezer wordt geïnformeerd over weetjes over fast fashion. Het is belangrijk dat onze lay-out nu gelijk is.



Een van onze andere nieuwe ideeën is een barcode op de achterkant. Hiermee krijgt ons magazine meer een echt magazine gevoel dat je kan kopen in een winkel. (Gemaakt in Illustrator).

Uitwerking (hi-fi) prototype in InDesign en Illustrator

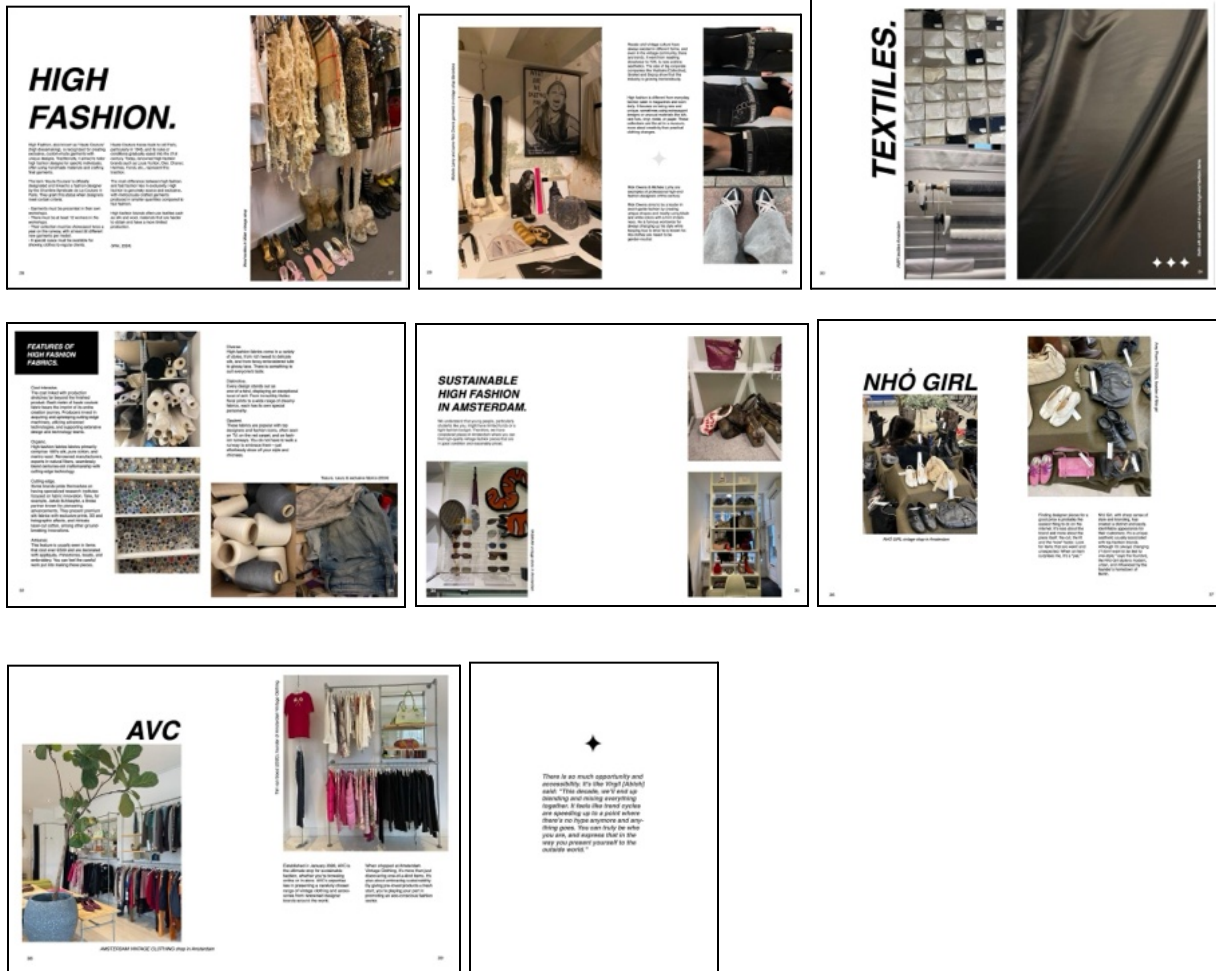
- Mayra - versie 3



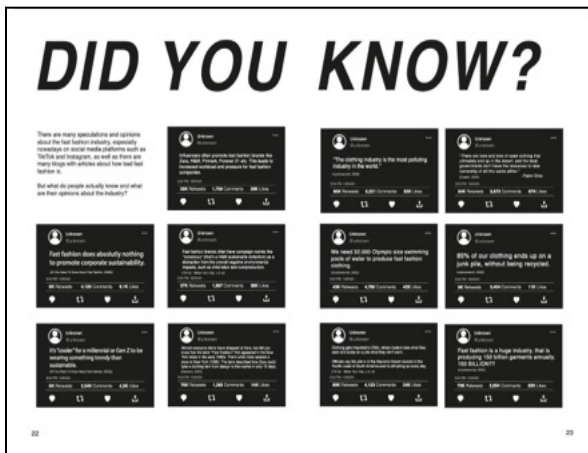
- Maud - versie 3



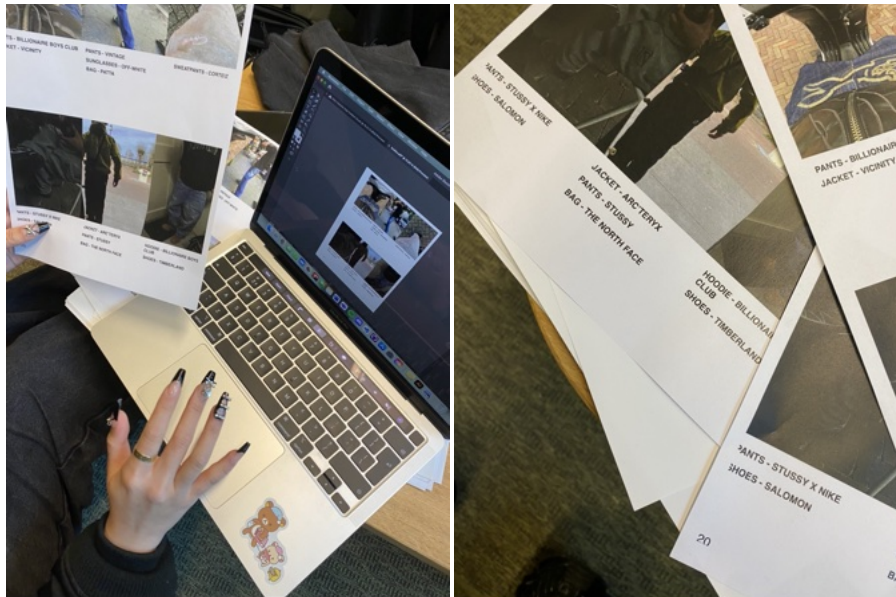
● Jessica - versie 3



● Kyra - versie 3

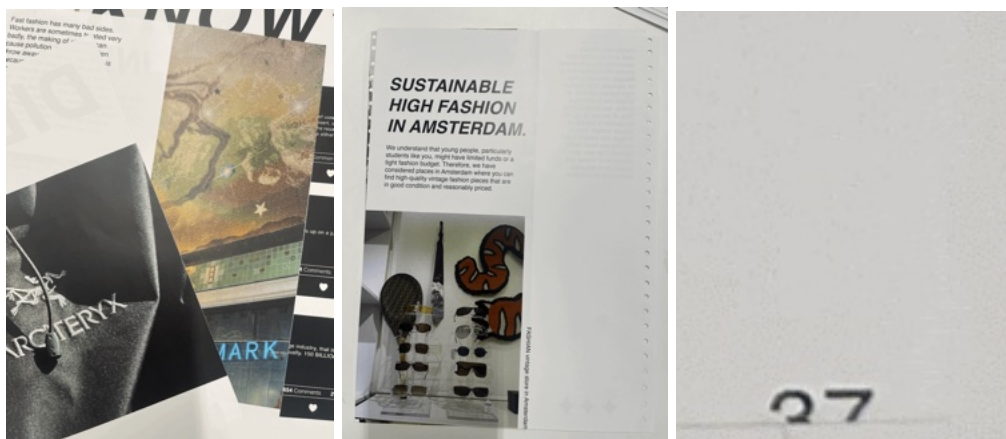


Printen en uitsnijden



Tijdens het proces van het hi-fi prototype wilden wij ervoor zorgen dat er geen tekst werd afgesneden en wij de witruimte weg konden snijden met een papiersnijder. Wij gingen experimenteren met verschillende margins, maar de tekst werd telkens weer

afgesneden. Later kwamen wij erachter dat wij misschien de inhoud kleiner moeten maken.



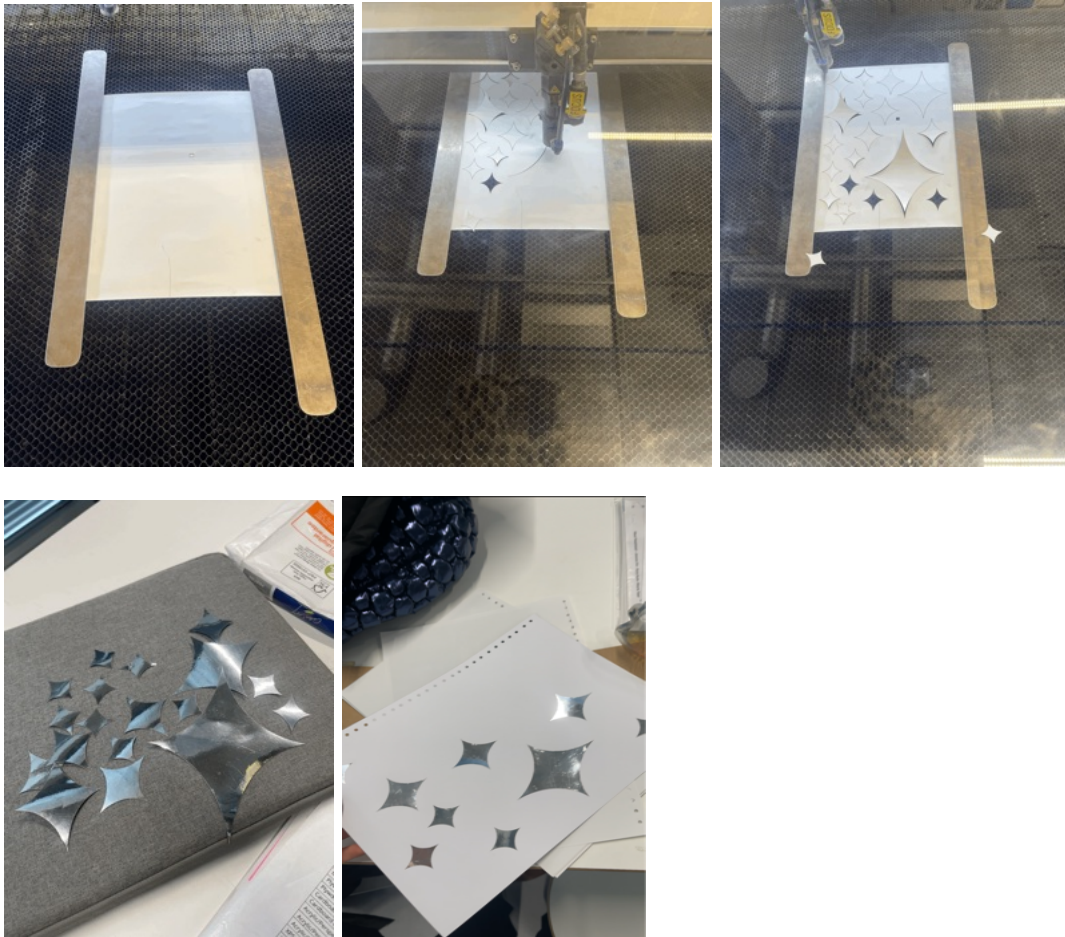
Het uitprinten was met de nieuwe margins eindelijk gelukt en we gingen het uitsnijden in de handmatige snijmachine. Dit ging op het begin goed, maar uiteindelijk zagen we helaas stukken afbeeldingen en letters uitgesneden worden en zagen we meteen al dat het fout was gegaan. We moeten nu weer opnieuw beginnen met uitprinten en gaatjes prikken helaas.



Nadat alles was geprint zijn wij de kافت gaan uitprinten op A3 formaat zodat we het uiteindelijk konden uitsnijden als een A4. Op deze manier konden wij geen witte rand hebben waar wij in week 2 wel last van hadden. De printer heeft automatisch een witruimte die op een A4 wordt weergegeven, maar dit wilden wij graag voorkomen. Met behulp van de lasersnijder en wat hulp van een docent konden wij heel recht en nauwkeurig een A4 uitsnijden uit dat A3 papier.



Laser snijder chrome

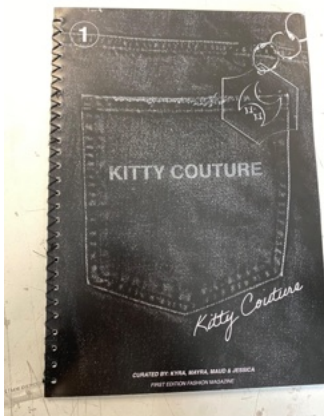


We hebben eerder in de winkel 'Vlieger' chroom papier gekocht en het idee om dit ook nog te verwerken in ons magazine. We wilden ons magazine heel uniek maken en daarom hebben we deze chrome sterretjes toegevoegd. Toen we het wilden laseren in het makers lab werd er wel verteld dat er een docent bij moest staan, omdat dit niet vaker op dit papier gedaan wordt. We kregen hierbij te horen dat we de chrome kant van het papier niet aan de bovenkant mochten leggen, want anders zou het licht weerkaatsen met de laser. Om te testen of het werkt hebben we eerst een klein vierkantje gemaakt op het restje wat we niet zouden gebruiken. Dit ging in één keer goed en we konden verder met de echte vormen. We willen de vormen opplakken in de kaft aan de voor- en achterkant van het magazine. Dit doen we zo netjes mogelijk met een pritt stift.

Gaatjes maken (hi-fi)

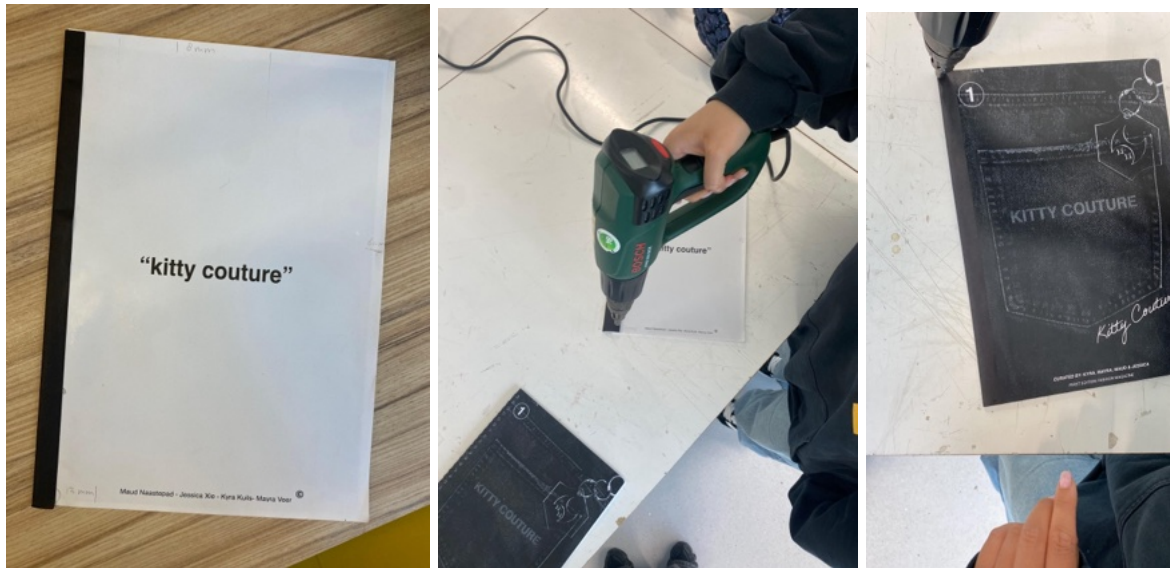


In week 2 hadden wij veel moeite met het gaatjes maken, want het papier verschoof de hele tijd en het was moeilijk om de gaatjes maker uit de gaatjes te halen, want hij zat de hele tijd vast. Er was een docent aan het werk die ons hielp met verschillende tools om deze moeilijkheden uit de weg te staan. Hij gaf ons knijpers om het papier makkelijk bij elkaar te houden en een opzetstuk dat het papier tegenhield als je de gaatjes maker omhoog werd gehaald.



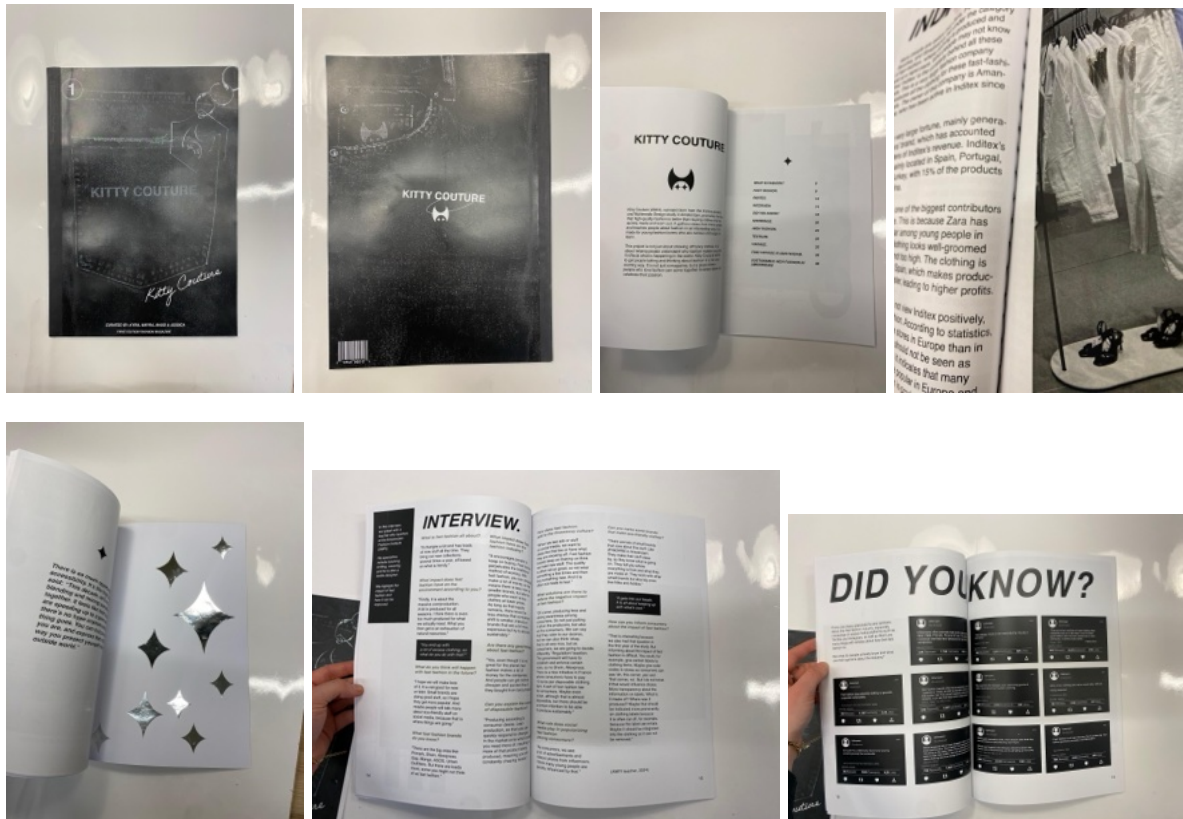
Na het maken van de gaatjes zijn wij het boek gaan binden met naald en draad net zoals de me-fi, maar dan netter afgewerkt.

Kaft afwerken



Uiteindelijk zijn wij de kaft netjes gaan maken door het af te werken met een soort kaftstrip. Hierdoor was het boekbinden niet te zien. Wij zijn als eerst de strip gaan testen op de me-fi om te kijken of het wel of niet zou werken. Wij hebben dit gedaan in het Makers Lab met een warme lucht pistool, hierdoor smelt de lijm en blijft het goed plakken aan het papier. Toen wij erachter kwamen dat het bleef zitten aan de me-fi, zijn wij het gaan toepassen op de hi-fi voor het perfecte eindresultaat.

Fysiek (hi-fi) prototype



In ons laatste prototype hebben wij alles netjes afgewerkt en de inhoud helemaal goed gemaakt. In dit prototype staat nu ook een uitgebreid interview met een AMFI docent en een pagina met weetjes over fast fashion. Ons idee was eerst ook om 2 Chrome pagina's aan het begin en het einde te maken, maar uiteindelijk vonden wij het leuker om sterretjes uit te snijden met de lasersnijder en dit aan de binnenkant te plakken van de voor- en eindpagina. Ons boekbinden is ook goed gelukt en hebben wij dit boekbinden netjes afgewerkt met een strip die speciaal is voor het binden van een stapel papieren. Alle informatie staat nu ook in de hi-fi.

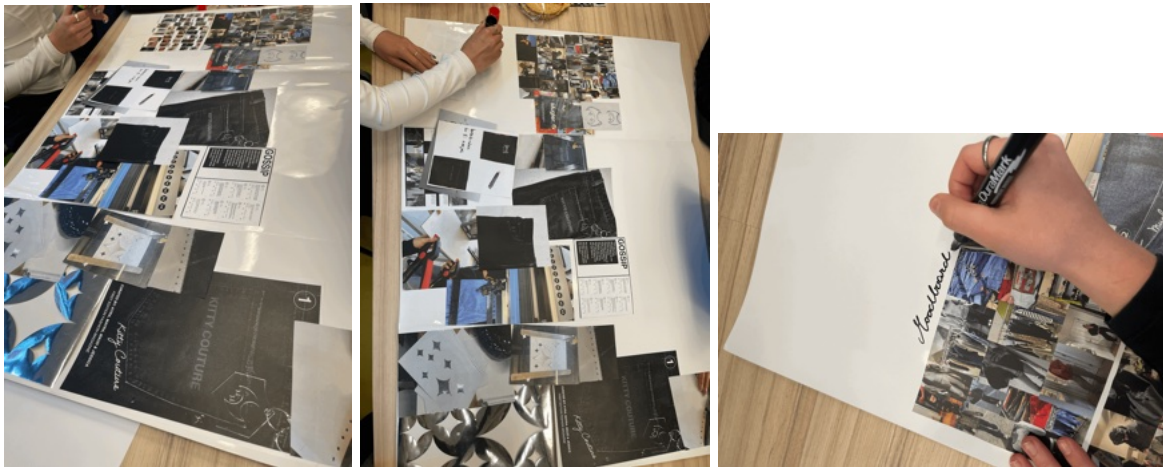
Expo voorbereiding

We hebben als idee voor de expo om op tafel de drie versies neer te leggen van oud naar nieuw zodat er veel interactie is met mensen dat ze door alle versies heen kunnen bladeren. Ook willen we aan de ene kant van de tafel high-fashion kleding hangen en aan de andere kant fast-fashion, zodat mensen kunnen voelen aan de kwaliteit wat voor verschil het is. We nemen hiervoor onze eigen kleding mee. We leggen ook blaadjes neer met fast-fashion en high-fashion erop geschreven zodat mensen hun naam zetten bij welke kleding ze dragen. Als laatste hebben we nog een groot blad waar we ons proces op laten zien. Dit allemaal wordt onze expo!

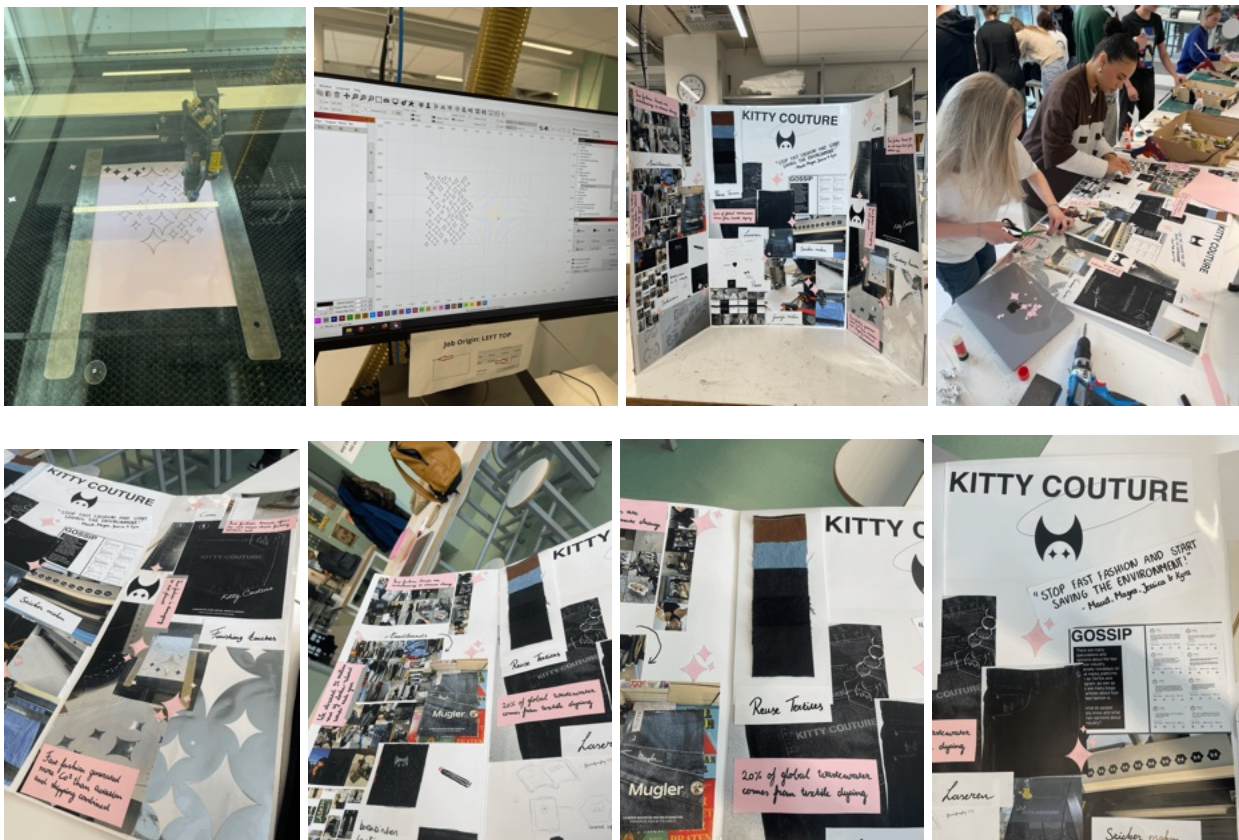


Achter het papier waarop wij ons proces willen laten zien hebben we karton geplakt, zodat het rechtop staat tijdens de expo. Op dit papier plakken we stukjes stof van spijkerbroeken en resten van papier, want we willen hiermee laten zien dat je stof kan hergebruiken in plaats van meteen weggooien.

Ook verzamelen we foto's van het proces voor op ons bord, zodat de mensen een kijkje kunnen nemen gedurende de 3 weken van het project



Nadat we alles hebben opgeplakt, maakten we in de laser snijmachine nog kleine roze sterretjes voor leuke opvulling. Ook hebben we nog feiten toegevoegd uit ons magazine wat de impact is van fast-fashion.



Video

Voor onze video zijn wij als groep rondom het HvA campus geweest en hebben wij diverse mensen gevraagd om op de foto te gaan voor dit project met het magazine voor het gezicht. Zo ligt de focus op de outfit en het magazine. De diversiteit van verschillende kledingstijlen is te zien en tegelijkertijd promoten wij ons magazine. Wij hebben specifiek gekozen voor studenten van verschillende opleidingen, omdat zij in onze doelgroep passen (tussen 16 en 25 jaar). De foto's willen wij dan in een stop motion snel achter elkaar editen.

Nadat de foto's waren gemaakt hebben wij gebrainstormd over wat wij verder willen laten zien in de video. We kwamen al snel tot het besluit om een voorstukje toe te voegen waarin een van ons in een kantoor setting zit als 'werkgever' en nadenkt over een oplossing voor fast fashion en de vraag stelt "wat dragen mensen tegenwoordig uit deze generatie?".

Het voorstukje zou dan in de video overlopen naar de foto's die wij hebben gemaakt.

Na de foto's komt er een stukje in voor met foto's van wat er gaande is achter de fast fashion industrie. Dit leek ons informatief en sluit ook weer aan bij de inhoud van het magazine, omdat wij de artikelen gebruiken die ook zijn gebruikt in het magazine.

Tot slot leek het ons een goed idee om een eindstukje eraan toe te voegen waarin ons magazine dus wordt aangeleverd door een 'werknemer'. Het magazine is dan ook een informatieve oplossing die zorgt voor bewustwording om dus te kiezen voor high fashion.

Voor de expo gebruiken wij alleen het stukje van de foto's met het magazine voor het gezicht die wij dan tonen als een soort 'Instagram-reel' effect op een Ipad. Hiervoor komt een kort stukje tekst met wat je ziet in de 'Instagram- reel'. (Voor de expo opstelling).

Expertcollege (week 2)

Naam expert: Michelle Vossen
Ervaring: De expert is ervaren in de <i>mode industrie</i>
Bezigheid: Ze doet veel met het maken van stoffen

Eventuele vragen voor de expert

- Wat voor merken hebben te maken met de fast fashion industrie?
- Hoe zie je de relatie tussen mode en duurzaamheid evolueren?
- Welke high fashion is duurzaam?
- Waar kunnen wij ons onderzoek vandaan halen (bronnen)?
- Moeten wij nog hoofdstukken toevoegen die met fast/high fashion te maken hebben?
- Zou je minder fast fashion kopen als wij vertellen dat het milieuvriendelijk is?
- Heb je liever een informatief of een leuk magazine over dit onderwerp?
- Waar haal jij je inspiratie vandaan als je bijvoorbeeld een fashion magazine zou maken?
- Hoe kunnen wij het beste ons magazine indelen?

Notities expert college

Tijdens het expertcollege met Michelle hebben wij veel tips ontvangen en hebben wij vragen gesteld (zie testplan). Zo was een belangrijke tip dat wij goed moeten kijken naar wat het doel is van onze magazine, wat willen wij bereiken? Wij willen ervoor zorgen dat wij high fashion promoten en hoe moeten wij dat doen, want wij moeten ook rekening houden met mensen die misschien niet altijd geld hebben voor high fashion. We moeten dus ook onderzoek doen naar vintage kleding, kringloopwinkels en het recyclen van kleding. Ook gaan wij onderzoek doen naar de groepen die achter Zara, H&M etc. werken.

Een goede tip die wij hebben gekregen van Michelle is het toevoegen van twee extra pagina's met de roddels over fast fashion. Zo gaan we onderzoek doen naar algemene roddels op platformen als TikTok en Instagram. Hier is veel over te vinden en mensen geven ook veel alternatieven voor fast fashion die wij ook weer kunnen gebruiken voor ons magazine.

Michelle zei ook dat wij goed moeten kijken naar hoe wij het magazine moeten indelen. Hoe kunnen wij de opstelling van het magazine logisch, informatief maar nog steeds vermakelijk en aantrekkelijk maken voor de consument.

Wij gaan op aanraden van Michelle ook boekhandels bezoeken om inspiratie op te doen over de vormgeving en indelingen van hoofdstukken. Ook willen wij misschien nog kringloopwinkels en vintage winkels bezoeken en daar leuke foto's maken voor in ons tijdschrift. Bijvoorbeeld bij Scheltema of The American Book Center.

Al met al moeten wij veel onderzoek gaan doen en informatie verzamelen over fast en high fashion. Michelle zei dat we niet te veel moeten letten op de informatie om zo veel mogelijk pagina's te krijgen in ons magazine, maar we moeten juist pakkende en goede pagina's maken ook al zouden dat dan minder pagina's zijn.

Ook moeten wij onderzoek doen naar data wat wij kunnen vermelden om onze beweringen nog duidelijker te maken. Bijvoorbeeld dat een vliegtuig eerst 12 uur moet vliegen voordat je kleding in Nederland is (slecht voor het milieu).

Interview AMFI docent (week 2)

Interviewvragen brainstormen



Interviewvragen

- Welke impact heeft fast fashion op het milieu volgens u?
- Welke impact heeft fast fashion op de mode industrie?
- Kunt u het concept van wegwerpmode uitleggen?
- Hoe heeft fast fashion bijgedragen aan de wegwerpcultuur?
- Welke oplossingen zijn er om de negatieve impact van fast fashion te verminderen?
- Wat zijn enkele voorbeelden van merken die zich bezighouden met het produceren van duurzame kleding?
- Wat zijn de belangrijkste kenmerken van fast fashion?
- Wat is de rol van social media met het populariseren van fast fashion op consumenten?
- Hoe kan je de consumenten informeren over wat voor impact fast fashion heeft?
- Wat is uw toekomstbeeld over fast fashion? Zou er juist meer worden geproduceerd dan nu of juist minder etc.
- Zijn er ook positieve kanten van fast fashion?
- Wat zijn de bekendste fast fashion merken waar u vanaf weet?

Het interview

Wie hebben we geïnterviewd: Docent voor eerstejaars, geeft les in breien en weven aan de AMFI (Amsterdam Fashion Institute) en naast docent is hij ook nog textielontwerper.

Wanneer: 11-04-2024

Waar: AMFI (Amsterdam Fashion Institute)

Toestemming audio opnemen: Ja

- **Welke impact heeft fast fashion op het milieu volgens u?**

"Ten eerste heeft het te maken met de enorme overproductie. Er wordt veel geproduceerd voor alle seizoenen. Ik denk dat er zelfs te veel wordt geproduceerd voor hetgeen dat wij nodig hebben. Wat je dan krijgt is een uitputting van natuurlijke bronnen. En daarnaast houd je dus veel enorm veel kleding over, dus wat ga je daarmee doen?"

- **Welke impact heeft fast fashion op de mode industrie?**

"Het houdt het consumeren een beetje in stand. Fast fashion houdt een beetje de traditionele methode van werken in stand. Met fast fashion kun je natuurlijk veel geld verdienen, dus dat zorgt ervoor dat er minder ruimte is voor kleinere merken, maar ook voor mensen die kleding willen kopen voor lagere bedragen.

Op het moment dat dat aanbod er blijft zou er minder kans zijn dat de consument schuift naar de kleinere, individual merken, die wat duurder zijn maar wel duurzaam 'proberen' te produceren."

- **Kunt u het concept van wegwerpmode uitleggen?**

"Produceren naar het verlangen van de consument. Lean productie, dus dat je heel snel kan aansturen op veranderingen in de markt of van welk product je meer moet hebben waardoor er daar meer van wordt geproduceerd, je blijft dus bezig bent met trends."

- **Hoe heeft fast fashion bijgedragen aan de wegwerpcultuur?**

"Ik denk door in te spelen op onze mindset, identiteit, het mee willen gaan met de groep en nieuwste trends. Als we reclame zien op televisie of posts op social media denken wij al snel van 'zo wil ik mij ook kleden' of 'dat wil ik ook hebben'. Dat wordt dan continu gefaciliteerd door die fast fashion merken.

Je wordt eigenlijk beïnvloed van 'oh ik heb weer iets nieuws nodig'. De kwaliteit is vaak minder, althans zo ervaar ik het. Hierdoor draag ik een kledingstuk een paar keer en koop ik vervolgens weer iets nieuws. Het wordt vaak zo ontworpen dat het niet heel tijdloos is."

- **Welke oplossingen zijn er om de negatieve impact van fast fashion te verminderen?**

"Natuurlijk minder produceren, bewustwording bij de consument. Dus het niet alleen bij de producent leggen, maar ook bij de consument. Wij kunnen wel zeggen dat zij inspelen op onze verlangens, maar wij kunnen ook denken van 'ja oké dat is hartstikke leuk, maar wij gaan als consument toch wat anders beslissen.'

Regelgeving/ belasting. De overheid zal bepaalde regels moeten vaststellen en hanteren, dus geen Shein, Aliexpress. Er is een mooi initiatief in Frankrijk dat je 10 euro per wegwerp kledingstuk moet betalen door de consument. Een soort fast fashion belasting voor consumenten.

Misschien toch ook wel een verbod, ook al is dat bijna onmogelijk maar dat er een bepaalde intentie moet zijn om duurzaam te kunnen produceren."

- **Wat zijn enkele voorbeelden van merken die zich bezighouden met het produceren van duurzame kleding?**

"Er zijn natuurlijk zat kleinschalige merken die met duurzaamheid bezig zijn. Een voorbeeld hiervan is BYBORRE in Amsterdam. BYBORRE is natuurlijk een merk, maar zij produceren ook textiel voor andere merken.

Het is heel erg duurzaam gericht, dus lokale productie, transparante keten, weten waar het van gemaakt is, welke typen garen en waar komen die dan vandaan. Zij werken samen met veel kleine merken maar ook met een Nike en Adidas."

- **Wat zijn de belangrijkste kenmerken van fast fashion?**

"Het is seizoensgebonden. Meerdere collecties per jaar misschien wel zelfs per seizoen en veel trend gerelateerde collecties."

- **Wat is de rol van social media met het populariseren van fast fashion op consumenten?**

"Wij als consument zien natuurlijk veel reclames en video's/foto's van influencers. Ik denk dat veel jongeren daar snel door worden beïnvloed."

- **Hoe kan je de consumenten informeren over wat voor impact fast fashion heeft?**

"Dat is wel grappig want dat vraagstuk hebben wij ook in leerjaar 1 van de studie gehad. Maar het informeren over de impact van fast fashion is lastig. Je zou bijvoorbeeld bepaalde labels aan kledingstukken kunnen geven. Misschien kleurcoderingen geven in winkels zodat consumenten kunnen zien van 'oh die hoek wel' en 'die hoek niet'. Of je daarmee ook de keuze beïnvloed weet ik niet.

Meer transparantie over de informatie op labels. Waar is het van gemaakt? Waar is het geproduceerd? Misschien moet dat wel groter worden aangegeven op labels van kleding, want het wordt juist vaak weggeknipt, omdat het label bijvoorbeeld kan irriteren. Misschien moet het daarom juist worden geïntegreerd in de kleding. Zo kan het niet worden verwijderd."

- **Wat is uw toekomstbeeld over fast fashion? Zou er juist meer worden geproduceerd dan nu of juist minder etc.**

"Ik hoop natuurlijk dat er minder fast fashion zal worden geproduceerd, omdat het zoveel nadelen heeft voor het heden maar ook op de toekomst. Ik denk dan ook dat kleinschalige merken goed op weg zijn. Ik hoop dat zij meer erkenning krijgen.

Ik hoop dat er op social media meer over duurzaamheid wordt gesproken/laten zien zodat er meer bewustwording komt en er meer mensen voor dat soort alternatieven kiezen, want social media is natuurlijk de future."

- **Zijn er ook positieve kanten van fast fashion?**

"Ja, ondanks dat het niet duurzaam is en dat er veel achter de industrie schuilt, levert het voor de fast fashion bedrijven veel geld op. De consument krijgt op een 'goedkopere' en 'snellere' manier kleding die zijn afgeleid van 'dure' merken."

- **Wat zijn de bekendste fast fashion merken waar u vanaf weet?**

"Natuurlijk de veelbesproken fast fashion merken die veel in het nieuws zijn geweest of waar mensen veel over praten zoals Primark, Shein, Aliexpress maar ook Gap, Mango, ASOS, Urban Outfitters. Zo zijn er nog veel meer merken, waarvan je niet zou denken dat zij in de fast fashion industrie zitten."

Conclusie

In de laatste 3 weken hebben wij veel geleerd over fast-fashion en de slechte gevolgen ervan. Hierover hebben we uitgebreid onderzoek gedaan en een interview gehouden met een expert. We kregen tussendoor vaak de vraag wat we nou precies wilden verbeteren in de wereld en hebben hierdoor ook veel meer onderzoek gedaan naar de slechte gevolgen van fast-fashion en wat dan een betere oplossing is. Dit hebben we beter uitgeschreven in het magazine waardoor het doel van ons onderwerp duidelijker beschreven wordt.

De ontwerpen van de prototypes zijn elke keer verschillend. Als eerst wilden we allemaal onze eigen stijl gebruiken, maar kregen we als feedback dat dit er niet consistent uit zag. Daarom zijn we de ontwerpen samen gaan maken en controleren van elkaar, waardoor er een geheel ontstaat.

We hebben veel geëxperimenteerd in het makers lab wat betreft de prototypes. We weten nu hoe de meeste machines werken en zullen dit in de toekomst ook gaan gebruiken voor andere projecten.

De samenwerking verliep erg goed en iedereen was altijd aanwezig. We hebben de meeste dingen ook samen gedaan, zodat het magazine consistent eruitziet.

Vanuit dit project hebben wij de negatieve kant van fast fashion leren begrijpen. Dit was een heel leerzaam project en wij hopen dat jullie ons magazine ook leerzaam gaan vinden. Wij kijken allemaal na dit project heel anders naar fast fashion en gaan het ook proberen minder te kopen, want eigenlijk is de fast fashion industrie heel slecht voor het milieu.

Planning & taakverdeling

Week 1:

<u>Wat gedaan?</u>	<u>Naam</u>	<u>Datum</u>	<u>Deadlines</u>
Brainstormen ontwerp	Gelanceerd ▾ Samen	02-04-2024	
Passieplan uitschrijven	Gelanceerd ▾ Maud & Mayra	02-04-2024	Passie plan: 03-04-2024 Vóór 17:00
Individueel schetsen prototype van magazine	Gelanceerd ▾ Maud, Mayra, Jessica & Kyra	02-04-2024	
Feedback ontvangen van andere groepje en docent	Gelanceerd ▾ Maud & Mayra	02-04-2024	
Passie plan bespreken	Gelanceerd ▾ Samen	02-04-2024	Passie plan: 03-04-2024 Vóór 17:00
Over logo brainstormen en ontwerpen in Illustrator	Gelanceerd ▾ Jessica & Kyra	02-04-2024	Logo: 02-04-2024 Passie plan: 03-04-2024 Vóór 17:00
Introductie makers lab + sleutelhanger & logo laseren (plexiglas)	Gelanceerd ▾ Samen		
Individueel moodboards maken in eigen stijl	Gelanceerd ▾ Maud, Mayra, Jessica & Kyra	03-04-2024	
Onderzoek magazine binden	Gelanceerd ▾ Mayra	04-04-2024	
Workshop huisstijl	Gelanceerd ▾ Maud, Jessica & Kyra	4-04-2024	

Naar AMFI (inspiratie magazine opdoen)	Gelanceerd ▾ Maud, Jessica & Kyra	4-04-2024	
Brainstormen Me-fi prototype	Gelanceerd ▾ Kyra & Jessica	4-04-2024	
Begin maken in InDesign & Illustrator	Gelanceerd ▾ Samen	04-04-2024	Vóór 12-04-2024
Individueel research content voor magazine (wat komt er precies in ons boekje)	Gelanceerd ▾ Maud, Mayra, Jessica & Kyra	05-04-2024	
Workshop makerlab uitschrijven	Gelanceerd ▾ Maud	5-04-2024	
Doel en visie uitschrijven	Gelanceerd ▾ Mayra	05-04-2024	
Inleiding uitschrijven	Gelanceerd ▾ Kyra		
Research "what is fashion?"	Gelanceerd ▾ Mayra	05-04-2024	
Research fast fashion	Gelanceerd ▾ Maud & Mayra	05-04-2024	
Research high fashion	Gelanceerd ▾ Jessica	05-04-2024	
Research "did you know?"	Gelanceerd ▾ Kyra	05-04-2024	
Research vintage clothing	Gelanceerd ▾ Kyra	05-04-2024	
Nieuw idee prototype uitschrijven	Gelanceerd ▾ Kyra	05-04-2024	
Vormgeving pagina's individueel Lo-fi	Gelanceerd ▾ Maud, Mayra,		

prototype + kaft laseren met blauwe jeans	Jessica & Kyra		
---	----------------	--	--

Week 2:

Interviewvragen expert bedenken	Gelanceerd ▾ Samen	8-04-2024	
Makerslab workshop (riso printer & lasermachine gebruikt voor Me-fi prototype)	Gelanceerd ▾ Samen	8-04-2024	
Expert interview online	Gelanceerd ▾ Samen	09-04-2024 11:30	
Werken aan Me-Fi prototype	Gelanceerd ▾ Samen	9-04-2024	
Verder research doen naar content individueel	Gelanceerd ▾ Maud, Mayra, Jessica & Kyra	9-04-2024	
Op zoek naar print en drukkerij winkels voor magazine papier in Amsterdam	Gelanceerd ▾ Mayra & Maud	10-04-2024	
Verslag user trip Amsterdam uitschrijven	Gelanceerd ▾ Maud	10-04-2024	
Zwarte jeans laseren in het makers lab en foto's maken voor de gehele kaft	Gelanceerd ▾ Jessica & Kyra	10-04-2024	
Sticker maken kaft	Gelanceerd ▾ Mayra, Jessica & Maud	10-04-2024	
Boekbinden Me- Fi prototype	Gelanceerd ▾ Kyra	10-04-2024	

Interview vragen maken	Gelanceerd ▾ Samen	10-04-2024	
Interview opnemen met AMFI (Amsterdam Fashion Institute) docent	Gelanceerd ▾ Samen	11-04-2024	
Me-fi prototype inleveren DLO	Gelanceerd ▾ Samen	10-04-2024	10-04-2024 17:00
Interview uitschrijven	Gelanceerd ▾ Kyra	12-04-2024	

Week 3:

Feedback verzamelen me-fi (Team 4)	Gelanceerd ▾ Samen	15-04-2024	
Feedback uitschrijven in product biografie	Gelanceerd ▾ Maud	15-04-2024	
Foto's maken van prototype en in product biografie zetten	Gelanceerd ▾ Samen	15-04-2024	
Workshop expo volgen	Gelanceerd ▾ Maud	15-04-2024	
Workshop expo ideeën uitschrijven	Gelanceerd ▾ Maud	15-04-2024	
Magazine pagina's uitprinten	Gelanceerd ▾ Samen	15-04-2024	Vóór 19-04-2024
Hi-fi prototype foto's maken en product biografie updaten	Gelanceerd ▾ Mayra & Maud	16-04-2024	
Chrome sterren laseren en plakken	Gelanceerd ▾ Samen	16-04-2024	
Uitsnijden pagina's in snijmachine	Gelanceerd ▾ Maud, Mayra & Kyra	16-04-2024	

Gaatjes maken magazine	Gelanceerd ▾ Maud, Mayra & Kyra	16-04-2024	
Boekbinden Hi- fi	Gelanceerd ▾ Kyra	16-04-2024	
Zijkant van magazine afwerken	Gelanceerd ▾ Mayra & Kyra	16-04-2024	
Video maken	Gelanceerd ▾ Samen	17-04-2024	Vóór 18-04-2024
Expo opstelling voorbereiden	Gelanceerd ▾ Samen	17-04-2024	Vóór 19-04-2024
Expo afmaken uitschrijven	Gelanceerd ▾ Maud	18-04-2024	
Productbiografie inleveren	Gelanceerd ▾ Samen	18-04-2024	Vóór 18-04-2024 17:00
Video inleveren	Gelanceerd ▾ Samen	18-04-2024	Vóór 18-04-2024 17:00
Prototypes inleveren	Niet gestart ▾ Samen	18-04-2024	Vóór 19-04-2024 17:00
Reflectie inleveren	Niet gestart ▾ Apart	19-04-2024	Vóór 19-04-2024 17:00

Bronnenlijst

- Milieu Centraal. (z.d.). Hoe schaaft kleding het milieu?
<https://www.milieucentraal.nl/bewust-winkelen/kleding/zo-schaadt-kleding-het-milieu/#:~:text=E%20is%20steeds%20meer%20mode,vervuiling%20van%20grond%20en%20water.>
- Duurzamekleren.com - Wat is Fast Fashion? (z.d.).
<https://duurzamekleren.com/wat-is-fast-fashion>
- Pinterest. (z.d.). Pinterest. <https://nl.pinterest.com/>
- Boekbinden, C. (2015, 26 februari). Japanse bindwijze – tutorial. Creatief Boekbinden.
<https://creatiefboekbinden.be/japanse-bindwijze-tutorial/>
- Boekbinden, C. (2016, 3 november). Draad. Creatief Boekbinden.
<https://creatiefboekbinden.be/linnen-draad/>
- Karin. (2019, 18 april). Driegen. Stichting Handboekbinden.
<https://stichting-handboekbinden.eu/tutorials/driegen/>
- Boekbinden: de basics. (z.d.).
<https://astridthings.blogspot.com/2018/09/boekbinden-de-basics.html>
- Mäkelä, S. (2022, september 1). The Story Of The World's Most Famous Font: Helvetica - Design & Paper. Design & Paper.
<https://www.designandpaper.com/the-story-of-the-worlds-most-famous-font-helvetica/>
- Cloé. (2022, 29 mei). What is High Fashion? Geraadpleegd op:
<https://www.superprof.co.uk/blog/high-fashion/#:~:text=High%20fashion%2C%20also%20known%20as,the%20beginning%20until%20the%20end.>

-
- Beavers, A. (2023, June 30). *is zara fast fashion*.
<https://www.greenhive.io/blog/is-zara-fast-fashion>
 - Wikipedia-bijdragers. (2024, 4 april). Inditex. Wikipedia.
<https://nl.wikipedia.org/wiki/Inditex#:~:text=Inditex%20>
 - Mulhern, O. (2024, 4 maart). The 10 essential fast fashion Statistics. Earth.Org.
<https://earth.org/fast-fashion-statistics/>
 - Statista. (2024, 26 maart). Number of stores of the Inditex Group worldwide 2016-2023, by region.
<https://www.statista.com/statistics/771902/stores-from-inditex-in-he-world-by-area-geographic/>
 - TikTok - Make your day. (z.d.-e). <https://vm.tiktok.com/ZIJn4Hhqb/>
 - TikTok - Make your day. (z.d.-d). <https://vm.tiktok.com/ZIJn4m6X6/>
 - Ocasio, B. P. (2023, 20 april). Remember Chile's Infamous Clothing Dump? This Is What It Looks Like Now. Refinery29.
<https://www.refinery29.com/en-us/2023/04/11360411/chile-fast-fashion-dumping-atacam-a-desert-now>
 - myslowworld. (2020, 5 oktober). How I've ditched fast fashion and why you should too - My slow world. My Slow World.
<https://myslowworld.com/2020/10/how-ive-ditched-fast-fashion-and-why-you-should-too/>
 - All You Need to Know About Fast Fashion. (2023, 2 november).
<https://greenly.earth/en-us/blog/ecology-news/all-you-need-to-know-about-fast-fashion>
 - Wikipedia-bijdragers. (2023, 20 juli). *Vintagekleding*. Wikipedia.
<https://nl.wikipedia.org/wiki/Vintagekleding>
-

-
- Vedette, V. (2022, 25 oktober). *Wat is vintage en hoe herken je het?* Vintage Vedette.
<https://vintagevedette.nl/wat-is-vintage-en-hoe-herken-je-het/>
 - Milieu Centraal. (z.d.). *Tweedehands: voordelig en duurzaam*.
<https://www.milieucentraal.nl/bewust-winkelen/tweedehands/>
 - 9 modetrends uit de jaren '00 waar we nu he-le-maal stuk om gaan. (2021, 17 september). *Cosmopolitan*.
<https://www.cosmopolitan.com/nl/fashion/g34783984/modetrends-van-vroeger/>
 - TikTok - Make your day. (z.d.-f). <https://vm.tiktok.com/ZIJn4oR69/>
 - Admin. (2016, 3 oktober). *Ontstaan Waterlooplein 1883 - Waterloopleinmarkt Amsterdam*. Waterloopleinmarkt Amsterdam.
<https://waterlooplein.amsterdam/ontstaan-waterlooplein-1883/>
 - Admin. (2018, 3 november). *Dit is de officiële website van de Waterlooplein markt gevestigd op het Waterlooplein achter het stadhuis in het centrum van Amsterdam*. Waterloopleinmarkt Amsterdam. <https://waterlooplein.amsterdam/>
 - Kendall, Z. (2022, April 18). With Nhỏ Girl, Amy Pham Thi has created the coolest vintage store for petite women. *Hypebae*.
<https://hypebae.com/2022/4/nho-girl-amsterdam-instagram-vintage-store-founder-amy-pham-thi-interview>
 - *About us*. (n.d.). Amsterdam Vintage Clothing | AVC.
<https://amsterdamvintageclothing.com/pages/about-us-2>
 - *High Fashion Fabric Guide: properties, types, fashion ideas, Tissura collection*. (n.d.).
<https://tissura.com/articles/high-fashion-fabrics>

-
- Wikipedia contributors. (2024, March 9). *Haute couture*. Wikipedia.

https://en.wikipedia.org/wiki/Haute_couture