

TMO-studenten presenteren vernieuwende fashion concepten.

Doorn, 16 januari 2014 – Twaalf teams van studenten uit het vijfde semester van TMO Fashion Business School presenteerden in een Business Pitch de fashion concepten die zij de afgelopen 10 weken hebben uitgewerkt, aan een professionele vakjury en hun medestudenten.

De Business Pitch maakt onderdeel uit van het Businessplanproject, waarmee TMO-studenten hun vijfde semester afronden. De studenten leren in dit project om vanuit marktonderzoek, groepsgewijs, een businessplan tot stand te brengen dat aan een investeerder gepresenteerd kan worden. Binnen een vastgestelde planning leren studenten op een professionele manier in een team samen te werken aan de marktverkenning, het toepassen van onderzoeksmethoden en het maken van strategische keuzes. Met als doel een levensvatbaar fashion concept in de markt te zetten. De 12 concepten werden in een ochtend- en middagdeel gepresenteerd aan een vakjury bestaande uit; Jan Meerman (Inretail), Rens Tap (Modint), Jan van Herwijnen (Fashioncheque), Carin Frijters (CF Retail Advies), Alexander Heijkamp (Rabobank), Peter Wolfsen (Inretail), Emilie Huber (Colori Shoes), Wendy Romijnders (Jame Meubelen), Stephan Blik (Divided).

'Inside' en 'House of Fashionology' zijn de winnende concepten

De vakjury was zeer onder de indruk van het niveau van de 12 gepresenteerde concepten, waarbij de concepten 'Inside' en 'House of Fashionology' als beste werden beoordeeld, mede omdat deze concepten nog niet bestaan op de markt. 'Inside' richt zich op vrouwen met kinderen die in de maatrange 92 t/m 164 zitten en biedt een virtuele kledingkast, waarin men de eigen en andermans kinderkleding kan tonen, waarderen en (ver)kopen. Daarnaast is er een link naar een webshop met nieuwe kinderkleding en een virtueel prikbord, waarop moeders allerlei zaken met elkaar kunnen delen. Het team achter 'Inside' had een zeer professionele presentatie, waarbij het hele team actief betrokken was. "Inside brengt verschillende vormen van distributie samen en duurzaamheid zit automatisch verweven in het concept" aldus de jury. Het tweede winnende concept 'House of Fashionology' is een plek waar men kleding kan creëren naar eigen smaak. Met behulp van technologische ontwikkelingen kan men een veredeling naar keuze laten uitvoeren. Technische services die worden aangeboden zijn 3D-printen, printen van stoffen en laser snijden. Daarnaast is ecologie het verbindende element binnen het concept; terug te zien in de winkelinrichting, het veredelen op een eerlijke wijze en het stimuleren van hergebruik. House of Fashionology is een plek om samen te komen om iets te maken op een creatieve manier, met de nadruk op service. Een volgens de jury zeer gedurfd en innovatief concept; "duurzaamheid en ambachten komen goed aan bod en erg leuk is dat binnen 'House of Fashionology' ook de eigen kleding kan worden bewerkt". De winnende teams zijn beloond met een Fashioncheque.

Over TMO Fashion Business School

TMO is dé hbo-opleiding voor commerciële managementfuncties in fashion. TMO ontstond ruim 25 jaar geleden vanuit de vraag om het anders te doen in de modebranche. Door vandaag een antwoord te hebben op de vragen van morgen, kunnen we ook in de toekomst pionierend en ondernemend het verschil maken in Fashion Business.

Meer informatie:

TMO Fashion Business School, Klaartje Fransen, Manager Marketing & Communicatie T: 0343-416480