

Duurzaamheids- rapport 2025



THE

WOODY

GROUP



Boodschap van onze CEO:

Hoewel de inflatie in 2025 opnieuw toenam, heeft dit ons vooral laten zien hoe veerkrachtig onze organisatie is. Juist in uitdagende tijden wordt de waarde van een sterke visie pas echt zichtbaar. Voor ons is deze periode geen reden om gas terug te nemen, maar een kans om te laten zien waar we écht voor staan. We zijn er trotser dan ooit op dat we geen enkel compromis sluiten op het gebied van ethische productie. Juist nu kiezen we er bewust voor om onze visie trouw te blijven en willen we anderen inspireren: economische uitdagingen versterken onze ambitie alleen maar om onze verantwoordelijkheid naar mens en maatschappij waar te maken.

Mehmet Batur
CEO Bella Tekstil/Tekumut en The Woody Group

Samengesteld door Cato Franqui, Product developer & Sustainability coordinator
Goedgekeurd door Liesbeth De Keyser, Commercieel Directeur

In dit verslag wordt gerapporteerd over de periode januari 2025 tot en met december 2025. Op de in dit rapport gebruikte afbeeldingen kan auteursrecht rusten.

INHOUD

WOORD VOORAF	3
Onze duurzaamheidsprioriteiten – of: hoe we elke dag een beetje beter proberen te doen	6
1. Kwaliteit	6
Zuiver anti-twist katoen	7
Veiligheid	7
Glow in the dark	9
NDRWR by Woody – tijdloos ondergoed uit lyocell	10
2. Eerlijke productie	11
Herkomst van de productie	11
Transparantie en communicatie	12
Code of conduct en audits	13
Een verantwoord aankoopbeleid	13
Het belang van goede leveranciersrelaties	14
We gaan voor leefbare lonen	15
Duurzaam transport	16
3. Circulariteit	16
BBBC - Duurzame Ambities: Van Analyse naar Actie	17
Jaarlijkse inruilactie	19
International Repair Day	20
Recycling en Upcycling	21
Keuze voor monomaterialen voor betere recycling	22
4. Woody's Maatschappelijk Engagement	21
Slaapkwaliteit bevordert de gezondheid	21
Samenwerking met Cliniclowns	22
Warme-voetjes actie	22
Tot slot	23

Woord vooraf:

Hallo daar!

2025 ligt achter ons. Het was een jaar vol nieuwe plannen, frisse ideeën en grote, maar ook kleine momenten die het verschil hebben gemaakt. Bij The Woody Group gingen we er opnieuw met volle goesting tegenaan: door kleur, beweging en vooral veel zin om elke dag een glimlach te blijven verspreiden. Op kinder- én volwassenegezichten.

Al sinds 1993 voelen we ons thuis in Belgische slaapkamers, en ook in 2025 bleven we klaarwakker. Want de mode-industrie verandert snel en daagt ons elke dag uit om het beter te doen. Daarom blijven we bewust kiezen voor kwaliteit, eerlijke productie en maatschappelijk engagement. Niet omdat het moet, maar omdat het zo hoort. En ja — altijd met een speelse twist en een flinke portie optimisme.

Ook dit jaar blijven we verrassen met nieuwe ideeën en producten die perfect passen in de Woody-wereld. Denk aan de lancering van onze pop-up store Woody Re:play in Gent, waarvoor we een speciale collectie ontwikkelden, volledig gemaakt met stofoverschotten uit ons atelier in Turkije. En onze Woody Reprint actie, waarbij we oude pyjama's doen opleven met een nieuwe print. Zoals altijd zoeken we naar dat evenwicht tussen fun, functionaliteit en verantwoordelijkheid.

We blijven ons ook bewust van de bredere wereld rondom ons. Internationale spanningen, economische onzekerheden en veranderende productierealiteiten vragen om flexibiliteit en zorgvuldige keuzes.

Net daarom blijven we investeren in duurzame relaties met onze partners en blijven we werken aan een transparante, eerlijke en toekomstgerichte manier van ondernemen.

Of je nu kiest voor een pyjama, een knuffel, pantoffels of playwear — wie voor Woody kiest, kiest voor kwaliteit, vertrouwen en een tikkeltje gek.

Lees hieronder hoe we alles dit jaar concreet tot leven brachten.



The Woody Group in 2025

8

eigen winkels in BE

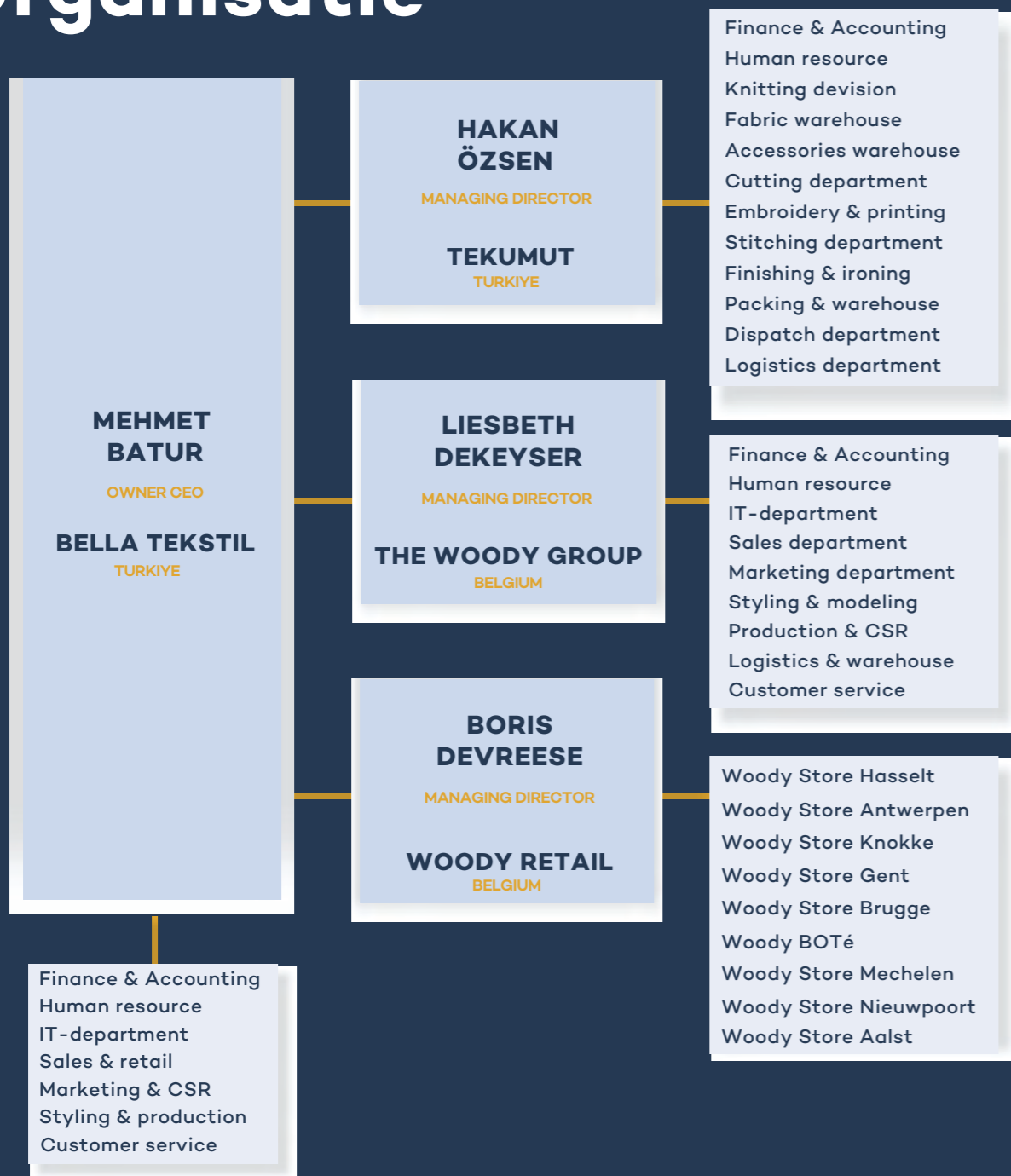
248

+/- 220 retailers
verdelen ons merk

533K

+/- 525 000
verkochte artikelen

Organisatie



Onze duurzaamheidsprioriteiten – of: hoe we elke dag een beetje beter proberen te doen

De modewereld heeft geen onberispelijk palmares als het over vervuiling gaat. Dat hoeven we je niet te vertellen — dat weten wij ook.

Zijn we een gecertificeerd eco-merk? Nee. Maar we zijn wel een eerlijk en transparant merk. Eentje dat ervoor kiest om het anders aan te pakken, met open vizier en gezond verstand.

We zijn altijd onderweg. Altijd in beweging. Soms met grote stappen, soms met kleine, maar altijd richting beter. Onderweg nodigen we je graag uit om mee te kijken. We delen onze acties op onder ‘Kwaliteit’, ‘Productie’, ‘Circulariteit’, en ‘Maatschappelijk engagement’.

1. Kwaliteit

Kwalitatieve kledij is voor ons de basis van duurzame mode. Met meer dan 31 jaar ervaring en vakmanschap op de teller bouwen we verder op een stevig fundament. Kwaliteit zit niet alleen in wat we maken, het zit in wie we zijn. Het is verweven in ons DNA en vormt de rode draad doorheen alles wat we doen.

Net daarom zien we kwaliteit als de absolute basis voor duurzame mode. Want hoe langer een kledingstuk meegaat — in vorm, comfort én plezier — hoe beter voor jou, én de planeet.

Die kwaliteit begint tijdens de ontwerpfase. Elk ontwerp doorloopt een lang en doordacht traject waarin styling, pasvorm en functionaliteit samenkomen. We streven naar tijdloze silhouetten en karaktervolle prints die niet trendgevoelig zijn, maar jarenlang relevant blijven. Stoffen worden zorgvuldig geselecteerd op zachtheid, stevigheid en vormvastheid. Details – van afwerkingen en boorden tot kleuren en plaatsing van prints – worden uitvoerig getest, aangepast en opnieuw gecontroleerd.

Het resultaat zijn kwalitatieve, tijdloze stuks die lang meegaan én lang mooi blijven. Pyjama's die hun zachtheid behouden, hun vorm houden en seizoen na seizoen met plezier gedragen worden. Want echte duurzaamheid begint bij kleding waar je van blijft houden – vandaag, morgen en nog vele jaren daarna.

Zuiver anti-twist katoen

Onze pyjama's worden gemaakt van het allerbeste katoen, gebreid in Turkije met de bekende **anti-twist S-Z breitechniek**. Dit klinkt misschien als een geheim ingrediënt, en dat is het eigenlijk ook! Bij deze techniek worden de garens in tegenovergestelde richtingen gebreid, waardoor onze kleding altijd mooi recht blijft, zelfs na een flinke wasbeurt en vele woelige nachten. Het resultaat? Pyjama's die hun pasvorm behouden en daardoor een stuk langer meegaan.



Veiligheid

We zorgen niet alleen voor kwaliteit, maar ook voor veiligheid. Ongeveer 80% van onze grondstoffen werd in 2025 Oeko-Tex gecertificeerd. Dat betekent dat ze grondig getest zijn en geen schadelijke stoffen bevatten. Is dit keurmerk niet beschikbaar, dan vragen we onze leveranciers om materialen te gebruiken die voldoen aan de strenge Europese REACH-wetgeving – dé norm die erover waakt dat er geen schadelijke chemicaliën op de Europese markt terechtkomen.

Daarnaast hechten we bijzonder veel belang aan Europese wetgevingen die

opgesteld zijn om kinderen te beschermen. Deze regelgeving is – terecht – strikt en uitgebreid: producten voor baby's en kinderen moeten aan de strengste veiligheidsnormen voldoen. Denk hierbij aan voorschriften rond chemische stoffen, brandveiligheid, koordjes en kleine onderdelen, etikettering en algemene productveiligheid.

We volgen deze wetgeving nauwgezet op en blijven continu op de hoogte van eventuele wijzigingen of aanscherpingen. Nieuwe richtlijnen worden geëvalueerd en waar nodig passen we onze materialen, ontwerpen of productieprocessen aan. Zo zorgen we ervoor dat onze producten niet alleen comfortabel en mooi zijn, maar ook volledig voldoen aan veiligheidsnormen. Op die manier bieden we ouders extra gemoedsrust, en kunnen kinderen zorgeloos genieten.



Kwaliteit zit in ons DNA sinds de start in 1993.
Wij geloven dan ook dat kwaliteit de basis is van duurzame mode.

Glow in the dark?!

Onze pyjama's die 's nachts oplichten? Ja, dat klopt! En dat is voor veel Woody-fans niet nieuw. Het is in feite al jaren een van onze stokpaardjes! Volgens onze klanten maakt het het slapengaan nog leuker. Het eerste moment dat je je design ziet oplichten in het donker, is altijd een verrassing – en daarna krijg je alleen maar een glimlach op je gezicht krijgen. Maar het is niet alleen voor de fun; voor veel kinderen is die lichtgevende tekening ook een geruststelling 's nachts. Een win-win!

Onze glow-in-the-dark prints gebruiken een lang nagloeiend fosforpigment. De prints worden gemaakt met inkt op waterbasis door een Belgisch bedrijf, worden in België geprint en zijn uiteraard Oeko-tex gecertificeerd.



NDRWR by Woody – tijdloos ondergoed uit lyocell

En dan is er NDRWR by Woody — ons ondergoed met een extra goed gevoel. Niet alleen omdat het heerlijk zit, maar ook omdat het gemaakt wordt van duurzame materialen. Door lyocell te gebruiken, combineert NDRWR by Woody comfort en duurzaamheid zonder compromissen.

Lyocell voelt uitzonderlijk zacht aan, ademt goed en draagt supercomfortabel, de hele dag door. Maar ook achter de schermen scoort deze stof sterk: de productie verloopt via een gesloten kringloop (closed-loop system) waarbij maar liefst 99,7% van het water en de oplosmiddelen opnieuw wordt gebruikt. Dat maakt lyocell vandaag één van de meest duurzame materialen op de markt. Kortom: NDRWR by Woody bewijst dat ondergoed tegelijk zacht voor je huid én vriendelijk voor de planeet kan zijn


2. Eerlijke productie

Achter elk stuk dat we maken, staan mensen. Respect voor deze mensen staat centraal in alles wat we doen. Bij The Woody Group draait het niet alleen om producten, maar ook om de handen die ze mogelijk maken. Van onze collega's hier dichtbij tot de teams in onze ateliers wereldwijd: iedereen maakt deel uit van hetzelfde verhaal. We geloven in eerlijke samenwerking, wederzijds vertrouwen en langdurige partnerships.

Herkomst van de productie

Hoewel ons eigen atelier in Düzce, Turkije, met twee derde van onze productie het onbetwiste hart van onze organisatie blijft, kiezen we bewust voor een wereldwijde spreiding van expertise. De verdeling tussen deze locaties is geen statisch gegeven, maar een dynamisch proces. Door onze productie jaarlijks te evalueren op basis van vakmanschap, logistieke efficiëntie en economische stabiliteit, waarborgen we een collectie die zowel duurzaam als betaalbaar blijft.

Waarom we onze productie spreiden:

-  **Gespecialiseerd Vakmanschap:** Voor unieke items zoals knuffels en 3D-pantoffels werken we samen met gespecialiseerde partners in China. Hun technologische voorsprong en specifieke machinepark in deze nichesegmenten garanderen de kwaliteit die onze klanten verwachten.
-  **Economische Veerkracht:** Door de aanhoudende hyperinflatie en stijgende operationele kosten in Turkije, zorgt een gedeeltelijke verschuiving naar andere regio's ervoor dat we onze collecties betaalbaar kunnen houden zonder in te boeten op kwaliteit.
-  **Focus op Duurzaamheid & Nabijheid:** Met de productie van ons beddengoed in Portugal brengen we zwaardere goederen dicht bij huis (nearshoring), terwijl onze partners in India uitblinken in de verwerking van gecertificeerd bio-katoen.

Onze productieverdeling is een bewuste balans tussen vakmanschap, innovatie en economische stabiliteit. Zo bouwen we aan een toekomstbestendige keten.

Origin	Productgroep	Focus	2024	→	2025
Turkey	Hoofdcollectie	Eigen beheer, vakmanschap en snelheid	83%	-23	60,3%
China	Accessoires & Fun	Speciale 3D-productie, knuffels en sokken, toys	13,3%	+19	32,5%
India	Bio-katoen	Duurzame grondstoffen en textielexpertise	3,2%	+3	5,7%
Portugal	Bedlinnen	Kwaliteit en logistiek dicht bij huis	0,5%	+1	1,50%

Transparantie en communicatie

Al enkele jaren publiceren we de productiepartners waarmee we samenwerken. Door deze transparantie willen we tonen dat we onze verantwoordelijkheid nemen om producten onder goede werkomstandigheden te produceren.

herkomst	leverancier	product omschrijving	aandeel	audit-monitoring productie 2025	Partner sinds
PORTUGAL	MAISON & COUTURE	bedding	1,5%	Made in Europe	2024
TURKEY	TEKUMUT	nachtgoed, homewear en ondergoed	60,3%	Regular visits + ISO audits by KingCert	2007
CHINA	G&L	nachtgoed en homewear	17,6%	SMETA 2024	2014
	ORIENTAL	homewear	12,4%	Amfori audit valid up until 2025	2024
	CHUANGZHI	knuffeldieren	1,2%	Disney audit valid up until 2026	2014
	ROCA	sokken	1,0%	Amfori audit 2024	2019
	WAYTONE	pantoffels	0,2%	partner since 2013	2013
INDIA	RAJLAKSHMI COTTON MILLS	nachtgoed bio-katoen	4,3%	Amfori audit valid up until 2026	2024
	ASPIRATIONS INTERNATIONAL	nachtgoed bio-katoen	1,4%	New supplier visited on site	2025

Code of conduct en audits

We zorgen ervoor dat al onze leveranciers onze gedragscode ondertekenen, zodat ze voldoen aan strikte voorwaarden. Daarnaast worden van alle leveranciers de auditrapporten opgevraagd en doorgenomen. Eventuele afwijkingen worden besproken en verder opgevolgd waar noodzakelijk.

De 'code of conduct' die de leveranciers ondertekenen omvat:

- Vrije keuze van werk
- Geen discriminatie op de werkvloer
- Geen uitbuiting van kinderarbeid
- Vrijheid van vereniging en het recht op collectief onderhandelen
- Betaling van een leefbaar loon
- Geen buitensporige werktijden
- Veilige en gezonde werkomstandigheden
- Een wettelijk contract
- Productie met respect voor het milieu

In onze eigen fabriek in Turkije hebben we dagelijks een directe betrokkenheid bij de werkomstandigheden. Die nabijheid laat ons toe om snel te schakelen, duidelijke richtlijnen te hanteren en een veilige, respectvolle en correcte werkomgeving te waarborgen. We investeren er in goede infrastructuur, duidelijke processen en open communicatie met het team op de werkvloer.



Tegelijk vinden we het belangrijk om naast interne opvolging ook objectieve parameters te hanteren. Daarom laten we ook in ons eigen atelier onafhankelijke audits uitvoeren. Deze controles worden uitgevoerd door KingCert, een externe en erkende auditorganisatie. Tijdens zo'n audit worden verschillende aspecten grondig doorgelicht, zoals arbeidsomstandigheden, veiligheid, naleving van sociale wetgeving en algemene werkomstandigheden. Voor 2025 werden deze audits gedaan in de productie in Turkije:

TURKEY ISO	FROM	UNTIL	TITLE
ISO 9001:2015	10/01/2023	09/01/2026	Quality management system
ISO 14001:2015	10/01/2023	09/01/2026	Environmental management system
ISO 45001:2018	10/01/2023	09/01/2026	Occupational health and safety management system

De audits die gedaan werden bij onze andere leveranciers, zijn hierboven te vinden bij 'Transparantie en communicatie'.

Een verantwoord aankoopbeleid

Van 2019 tot 2024 waren we lid van de FairWear Foundation, waar we de status van 'FairWear Leader' behaalden. Dit is een onafhankelijke organisatie die streeft naar betere arbeidsomstandigheden voor de textielsector in productielanden. Echter, we hebben beslist hiermee te stoppen: de administratieve inspanningen om dit te blijven volhouden, werden te groot voor een klein bedrijf als Woody. Daardoor besloten we in 2024 niet langer lid te blijven van de FairWear Foundation. Wat natuurlijk niet wil zeggen dat we gestopt zijn met de kennis en tools in te zetten die we verworven hebben tijdens ons lidmaatschap. We doen nog steeds steeds dezelfde acties en controles als tijdens het lidmaatschap van FairWear, maar nu op eigen initiatief.

Het belang van goede leveranciersrelaties

Ons atelier in Turkije is al bijna 20 jaar onze trouwe productiepartner. Doorheen de jaren groeide onze samenwerking uit tot een hecht partnerschap, gebouwd op vertrouwen, transparantie en wederzijds respect. We kennen elkaar door en door – en net die sterke band stelt ons in staat om consequent de kwaliteit te leveren waar Woody voor staat.

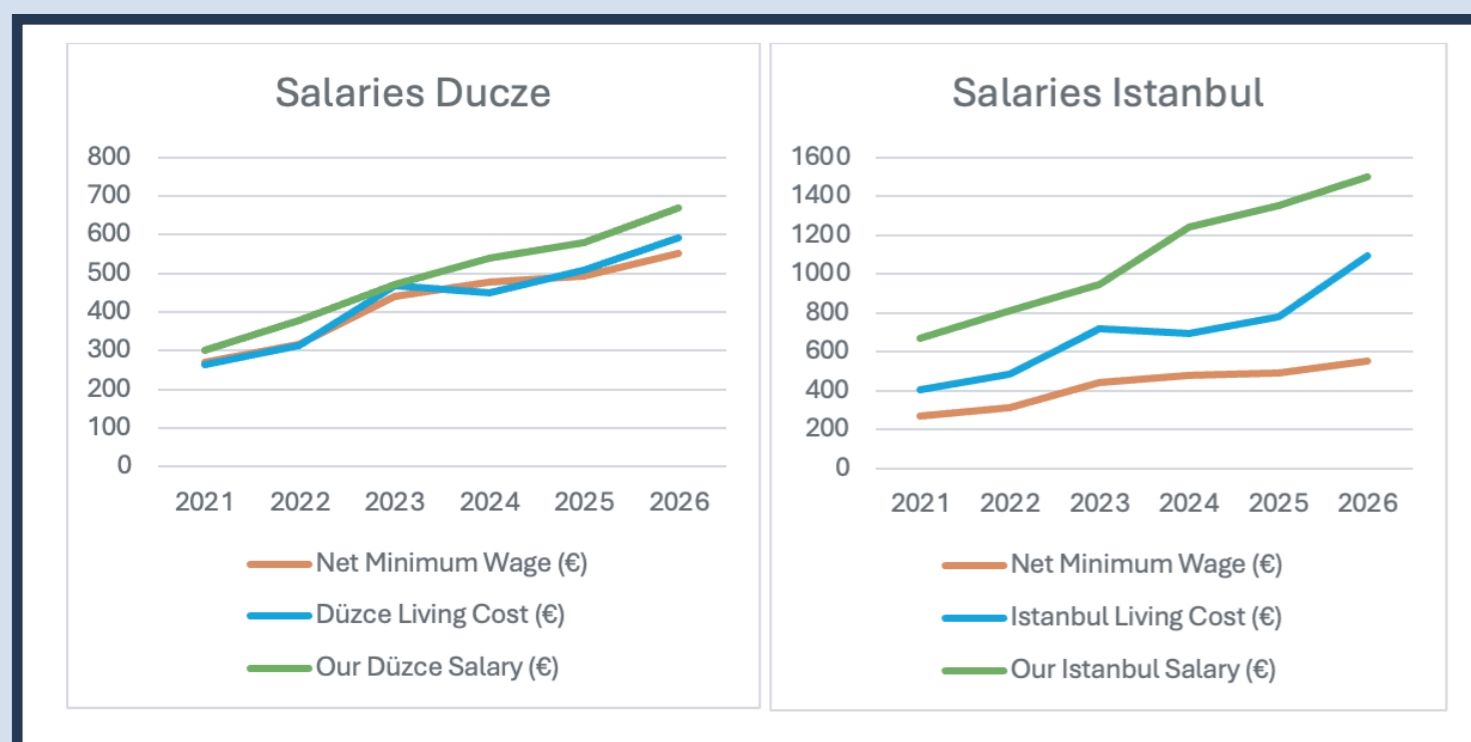
De drijvende kracht van het atelier zijn de medewerkers. Zij beschikken allemaal over een vast contract, een eerlijk loon en een duidelijk, stabiel uurrooster. Helaas is dat binnen de textielindustrie niet overal de norm – en precies daarom vinden we het belangrijk om hier bewust in te blijven investeren. Daarnaast zorgen we voor extra voorzieningen die het dagelijkse leven aangenamer maken. Zo is er een georganiseerde busdienst die medewerkers veilig van en naar het werk brengt, krijgen ze elke dag een warme lunch en is er een privé-kinderdagverblijf waar de allerkleinsten terechtkunnen. Het zijn misschien kleine initiatieven, maar ze maken een groot verschil. Ook bij onze overige leveranciers zetten we in op duurzame langetermijnrelaties. In het overzicht van leveranciers onder 'Transparantie en Communicatie' kan je zien sinds wanneer we samenwerken met onze leveranciers.

We gaan voor leefbare lonen

Elk jaar bekijken we de evolutie van het minimumloon en de zogenoemde 'living cost', dit is de kost die nodig is om te voorzien in het gemiddeld levensonderhoud van een persoon. Net als in voorgaande jaren blijven de kosten van levensonderhoud in Turkije stijgen. Daarbij zien we duidelijk regionale verschillen. In deze analyse maken we daarom onderscheid tussen Düzce en Istanbul. Zoals in de onderstaande grafieken zichtbaar is, lopen de ontwikkelingen in deze twee steden significant uiteen. Door dit onderscheid expliciet te maken, kunnen we de verschillen in kostenontwikkeling beter duiden en gericht inspelen op de specifieke omstandigheden per locatie.

Onze productie is gevestigd in Düzce. Deze locatie vormt het hart van onze operationele activiteiten. Daarnaast is er een kantoor in Istanbul, waar voornamelijk administratieve en ondersteunende functies zijn ondergebracht. Op deze locatie werken ongeveer 20 medewerkers. Gezien de hogere kosten van levensonderhoud in Istanbul – met name op het gebied van huisvesting, transport en dagelijkse uitgaven – wijkt de economische realiteit hier duidelijk af van die in Düzce. Daarom splitsen we de locaties op, anders zou dit een vertekend beeld geven.

De grafieken tonen duidelijk aan dat het loon van onze werknemers hoger ligt dan het Turkse minimumloon, en dan de living cost in de regio's.



Duurzaam transport

Voor het transport van onze goederen kiezen we bewust voor zee- en vrachtwagen-transport en vermijden we waar mogelijk luchtvracht. Hoewel deze vervoersvormen in sommige gevallen een langere levertijd met zich meebrengen, hebben ze een aanzienlijk lagere CO₂-uitstoot dan transport per vliegtuig. Door vooruit te plannen en efficiënt te werken in onze logistieke processen, kunnen we de impact op de levertijd beperken zonder in te leveren op service. Op deze manier maken we een weloverwogen keuze voor duurzamere logistiek en dragen we actief bij aan het verminderen van onze ecologische voetafdruk.

3. Circulariteit

Deze illustratie van het Europees Parlement toont duidelijk hoe een circulaire economie eruitziet – op papier, de realiteit is natuurlijk nét iets minder afgelijnd.



Graag willen we hier even focussen op het deeltje 'Consumptie, Hergebruik, Reparatie'. Een stuk uit de keten waar we het afgelopen jaar hard aan gewerkt hebben. Bij Woody zien we iets waar we oprecht trots op zijn: onze pyjama's krijgen vaak een tweede, derde of zelfs vierde leven. Op de tweedehandsmarkt zijn ze bijzonder populair en ze worden al jarenlang met plezier doorgegeven binnen families, tussen broers en zussen, neefjes en nichtjes of vriendengroepen. Dit is voor ons het beste bewijs van kwaliteit!

BBBC - Duurzame Ambities: Van Analyse naar Actie

Sinds 2024 vormt het traject Belgium Builds Back Circular (BBBC) de leidraad voor onze circulaire koers. In 2025 hebben we dit fundament verder versterkt door diepgaand te onderzoeken welke initiatieven het best passen bij de waarden en kwaliteit van Woody. Ons doel is helder: we willen niet alleen verduurzamen, maar onze klanten ook tastbare en structurele oplossingen bieden.

Het afgelopen jaar stond in het teken van deze verkenning. We hebben diverse circulaire pistes geanalyseerd op hun haalbaarheid en ecologische impact. Hieruit kwam de reparatieservice als een van de meest waardevolle kansen naar voren. Door de levensduur van onze producten te verlengen via het herstellen van naden, elastieken of kleine slijtage, verlagen we onze gezamenlijke voetafdruk en behouden we de emotionele waarde van elk kledingstuk.

De volgende stap: Testfase in 2026

In 2026 zetten we de stap van strategie naar de praktijk. We starten dan met een pilootproject voor reparaties in een selectie van onze eigen winkels. Deze eerste testen zullen ons waardevolle inzichten geven in de behoeften van onze klanten en de logistieke uitrol van de service.

Vooruitblik: In ons rapport van volgend jaar zullen we uitgebreid verslag uitbrengen over de resultaten van deze testen en de verdere integratie van reparaties binnen onze werking.



Keuze voor monomaterialen voor betere recycling

Circulariteit begint niet aan het einde van een product — het start al tijdens de ontwerpfase. Nog vóór een stuk geproduceerd wordt, moeten we ons de vraag stellen: wat gebeurt er met dit item nadat het een lang — liefst zo lang mogelijk — leven heeft gehad?

Die denkoefening levert slimme keuzes op, en de belangrijkste keuze hierin is de materiaalkeuze. Wanneer we een kledingstuk volledig uit éénzelfde materiaal maken — een zogenaamd monomateriaal — wordt het veel eenvoudiger om het nadien te recyclen. Het is zoals koken: losse ingrediënten kan je makkelijk apart gebruiken of vervangen. Maar als alles al tot één saus gemengd en gekookt is, kan je de ingrediënten er niet meer zomaar uithalen.

In de textielwereld zit precies daar de grootste uitdaging. Veel kledingstukken bestaan uit verschillende vezels die met elkaar verweven zijn, zoals katoen met polyester. Soms is dit nodig, omdat beide vezels unieke eigenschappen hebben die nodig kunnen zijn in een kledingstuk. Die vezels opnieuw van elkaar scheiden tijdens het recyclageproces is technisch complex, energie-intensief en vandaag nog niet altijd mogelijk. Hoe minder verschillende materialen we combineren in één stuk, hoe groter de kans dat het na gebruik opnieuw kan worden omgevormd tot een waardevolle grondstof.

Onze iconische BOO-pantoffels zijn daarom sinds vorig jaar gemaakt van monomateriaal. Dit betekent dat de hele pantoffel – van de zool tot de stiksels en de voering – uit hetzelfde type materiaal bestaat. Zo maken we het recyclen nog eenvoudiger!

Door al in de ontwerpfase bewust te kiezen voor eenvoud in materialen, maken we de cirkel kleiner, slimmer en sterker. Zo ontwerpen we niet alleen mooie stuks voor vandaag, maar denken we ook al aan hun tweede — en misschien zelfs derde — leven.



Jaarlijkse inruilactie

Dit jaar zamelden we weer pyjama's in! 355 om precies te zijn. Pyjama's die te klein zijn geworden, kunnen in juni binnengebracht worden in één van de Woody-winkels. Zoals de voorbije jaren, werkten we samen met Kringwinkel om deze te sorteren en opnieuw te verkopen, en zo een tweede (of derde, vierde, ...) leven te geven! Sinds deze actie gestart is in 2020, zamelden we in totaal al meer dan 5200 pyjama's in. Iets waar we heel trots op zijn!



International repairday

Eerder hadden we het al over onze wereldberoemde glow-in-the-dark prints. Die stonden dit jaar in de schijnwerpers tijdens International Repair Day, want we kozen voor een Re:print-actie.

Dankzij onze mobiele printinstallatie en een flinke dosis creativiteit worden prints die door de jaren heen wat hebben afgezien ter plekke opgefrist. Het resultaat? Een uniek stuk dat er weer enkele jaren tegenaan kan – helemaal in Woody-stijl. Zo hoef je geen afscheid te nemen van je vertrouwde, zachte favoriet, maar krijgt hij gewoon een nieuwe look.

Met deze actie willen we niet alleen je pyjama's langer laten meegaan, maar ook samen bewust kiezen voor herstel en hergebruik. Samen geven we je favoriete pyjama een tweede leven – goed voor je garderobe én voor de planeet.

Recycling en Upcycling

We doen er alles aan om stofoverschotten tot een minimum te beperken. In het atelier in Turkije wordt bij elke productie zorgvuldig gepuzzeld: hoe kunnen we alle patroondelen zo efficiënt en zuinig mogelijk uit de stofrollen halen? Dat vraagt vakmanschap, precisie en een flinke dosis denkwerk. Toch blijven er, hoe doordacht het proces ook is, soms kleine restjes over waar we geen nieuw kledingstuk meer uit kunnen halen. Deze stofresten worden zorgvuldig gesorteerd en verzameld, waarna ze worden opgehaald door een erkende lokale partner die bevoegd is om ze op een verantwoorde en duurzame manier te verwerken. Zo zorgen we ervoor dat ook wat overblijft, correct wordt behandeld.

Re:Play

Maar daar stopt het verhaal niet. Want wat als we een manier vonden om de grotere hoeveelheden stofoverschotten ook een nieuw leven geven? Vanuit die gedachte lanceerden we vorig jaar de pop-up store Woody Re:Play in Gent. We doken in het atelier in Turkije tussen de rollen en gingen er creatief mee aan de slag. Prints en streepjes uit vorige collecties kregen een frisse herinterpretatie en vonden hun weg naar nieuwe modellen. Het resultaat? Een verrassende, unieke collectie waarin verleden en toekomst samenkomen — speels, eigenzinnig en helemaal Woody.

Ook tijdens de eindejaarsfeesten trokken we de kaart van creativiteit en duurzaamheid. We organiseerden een vrolijk upcycling-event waarbij stofrestjes samen met de kids werden omgetoverd tot unieke kerstballen. Gewapend met lintjes, glitters en een flinke portie fantasie maakten zij hun eigen feestelijke creaties. Zo wilden we op een speelse en inspirerende manier tonen dat upcycling niet alleen leuk en verbindend is, maar ook een kleine, betekenisvolle stap richting een duurzamere wereld.

Want bij Woody geloven we dat zelfs de kleinste restjes het begin kunnen zijn van iets nieuws — als je er maar met een beetje creativiteit en zorg naar kijkt.

4. Woody's maatschappelijk engagement



Slaapkwaliteit bevordert de gezondheid

Al 30 jaar maakt Woody van bedtijd een warm en vrolijk moment voor kinderen – en daar zijn we ontzettend trots op. In België hechten we veel waarde aan een goede slaapcultuur. Van jongs af aan leren kinderen hoe belangrijk rust is voor hun groei en welzijn.

Woody voegt daar extra magie aan toe met speelse kleuren, herkenbare strepen en vrolijke dieren die tot leven komen in onze tekeningen en verhalen. Zo wordt het slaapritueel niet alleen een moment van rust, maar ook van fantasie en geborgenheid.

Want een goede nachtrust vormt de basis voor een gezond en gelukkig leven – vandaag misschien nog belangrijker dan ooit, in een wereld vol prikkels en schermen.

Woody is er voor elke familie – groot of klein, klassiek of samengesteld, en ja, ook voor wie een pluizig gezinslid heeft rondlopen. “We design warmth, love and laughter for all families” is voor ons geen loze belofte, maar een visie waarin iedereen meetelt – ook de viervoeters. Van de allerkleinsten tot de meest pluizige huisgenoten: met onze feelgood wear brengt Woody comfort, verbondenheid en een glimlach in elk gezin.



Samenwerking met Cliniclowns

Wie Woody zegt, zegt kleur. Niet alleen in onze pyjama's, maar ook in hoe we in het leven staan. Toen we enkele jaren geleden op zoek gingen naar een organisatie die diezelfde vrolijkheid en kleur brengt, kwamen we al snel uit bij de Cliniclowns. Want lachen is niet alleen gezond, het is ook helend.

In 2025 steunden we opnieuw de Cliniclowns. We sponsoren met veel trots clown Bernadette, die wekelijks op bezoek gaat op de kinderoncologie van het Jan Palfijn ziekenhuis in Gent. Daar tovert ze – met een neus, een grap en een warm hart – glimlachen tevoorschijn op de gezichtjes van kinderen die het net dat tikkeltje moeilijker hebben.

Warme-voetjes actie

Tijdens de eindejaarsperiode deden we de ‘Warme-voetjes actie’, waarbij klanten in de webshop en paar BOO-pantoffels konden aankopen, niet voor zichzelf, maar om te schenken aan kinderen die het extra hard nodig hebben. Voor elk paar dat werd gekocht via de actie, doneerden we de pantoffels in naam van de klant aan Pelicano, een organisatie die zich inzet tegen kindermoede in België.

Met deze actie wilden we samen het verschil maken. Want warmte zit vooral in kleine gebaren met een grote impact.

Tot slot

Woody groeit met je mee, van de eerste pyjama's vol fantasie en kleur, tot comfortabele basics die passen bij drukke dagen en rustige avonden. Wat begint in de kinderkamer, reist moeiteloos mee doorheen de tiener- en volwassenjaren — van speels naar tijdloos, van klein naar groot, zonder die typische Woody-speelsheid te verliezen. Zo evolueren onze collecties mee met elke levensfase, terwijl vertrouwde kwaliteit en een eigenzinnige toets altijd herkenbaar blijven.

Diezelfde zorg en aandacht zitten ook in hoe we werken. Duurzaamheid is bij Woody geen losstaand verhaal, maar de rode draad die door elk detail loopt. Van de eerste schets tot het moment dat een pyjama wordt opgestuurd naar de klant, van stofkeuze tot print en afwerking.

We blijven stappen zetten — soms zichtbaar, soms achter de schermen — altijd met de toekomst in gedachten. Omdat we blijven geloven dat het beter kan. En beter moet.

In 2026 willen we graag onze keten **nog transparanter** maken naar onze klanten toe. Dit betekent: meer informatie verzamelen, meer gesprekken met onze leveranciers en meer controle uitoefenen over de hele keten. Dit is niet altijd gemakkelijk — en we zijn best al trots op waar we vandaag staan, maar meer inzicht is altijd beter.

Dank je wel om samen met ons dit verhaal uit te bouwen. Om te kiezen, te vertrouwen en mee te groeien. Zo wordt Woody meer dan iets wat je aantrekt — het wordt iets dat blijft.

Groetjes van het hele team achter The Woody Group



Een woord van onze Commercieel Directeur

"Bij Woody zien we duurzaamheid niet als een eindbestemming, maar als een voortdurende evolutie. We willen elke dag betere keuzes maken—voor onze producten, onze planeet en de mensen die ze maken. Die stappen zetten we niet alleen; we geloven rotsvast dat we samen met onze collega's en partners sterker staan. Een concreet voorbeeld van die collectieve kracht is onze recente ondertekening van het Ghana-charter, waarmee we ons scharen achter een eerlijkere en transparantere textielketen. We blijven leren, groeien en verantwoordelijkheid nemen. Over de eerste impact van dit engagement en onze andere duurzame ambities lees je meer in ons rapport van volgend jaar."

Liesbeth De Keyser, Commercieel Directeur Woody



Contact info
The Woody Group

Grote Steenweg 48, 9870 Olsene
Belgium

Tel: 09 217 00 89

www.thewoodygroup.com
www.woodyworld.com

THE
WOODY
GROUP