

Presseinformation

COTTON COUNCIL INTERNATIONAL



COTTON USA Supply Chain-Konferenz 2011: Partnerschaften sind wichtiger denn je

Düsseldorf, 24. November 2011

Am 25. Oktober trafen sich Spitzenvertreter der europäischen Bekleidungsindustrie und des Handels zur COTTON USA Supply Chain Konferenz im Four Seasons Hotel in Prag. Thema waren die Umbrüche in der Beschaffungskette für Baumwollprodukte sowie Strategien, die Handel und Industrie dabei unterstützen sollen, auch künftig erfolgreich zu sein. Einig waren sich die Referenten, daß echte Partnerschaften durch die gesamte Supply Chain künftig über Erfolg und Mißerfolg entscheiden werden.

Themen der COTTON USA Konferenz in Prag waren auch die Fragen nach den potentiellen künftige Absatzmärkten für europäische und globale Marken. Weiter ging es um die Anforderungen und Erwartungen der Verbraucher von morgen an ein Produkt, eine Marke und den Handel.

Auftakt der COTTON USA Konferenz stellte eine Präsentation von Matthias Horx, dem wohl einflußreichsten Zukunftsforscher im deutschsprachigen Raum (Zukunftsinstitut Frankfurt und Wien). In seiner Präsentation widmete Horx sich den entscheidenden Zukunftsökonomien und Megatrends, die die Zukunft unserer Gesellschaft und Märkte beeinflussen und prägen werden. Horx betrachtete die Megatrends „als die großräumigen, langfristigen Treiber des Wandels, die fundamentalen „Driving Forces“ des 21. Jahrhunderts“. In einem spannenden Vortrag referierte der Zukunftsforscher zur Globalisierung und Urbanisierung, zur

Presseinformation

COTTON COUNCIL INTERNATIONAL



Bevölkerungsentwicklung, Supercycles in der Weltwirtschaft, ökologischen und technologischen Veränderungen sowie zur Bedeutung der Frauen in den künftigen Gesellschaften. Der Megatrends „Womenomics“, prognostiziert steigende Frauenpower. Horx bezeichnet die künftigen Verbraucher als Urbane Nomaden, deren Lifestyle und Anspruch bestimmt sind durch Individualität und Selbstbestimmungen, Gesundheit und Nachhaltigkeit, soziales Bewußtsein und Mobilität. Wichtig sei dem Verbraucher von morgen auch das Wissen über Ursprung und Herkunft von Produkten.

Dem Konsumenten und seinen Veränderungen in Lifestyle und Einkaufsverhalten widmeten sich die Präsentationen von Dr. Ulla Ertelt, HLM Modemarketing, und Mark Messura, Cotton Incorporated. Messura informierte über die jüngsten Ergebnisse der gemeinsam von Cotton Council International und Cotton Incorporated seit vielen Jahren international durchgeführten Verbraucherstudienreihe. Lt. der letzten Untersuchung sei der Komfort einer der wichtigsten Entscheidungskriterien beim Kauf von Bekleidung. Messura: „Für 83% der Verbraucher ist der Komfort wichtiger als die Mode.“ In Deutschland sind es 81%, in Italien sogar 88%. 85% der globalen Verbraucher bevorzugen für Kleidung, die sie am häufigsten tragen, eindeutig Baumwolle und Baumwollmischungen. In Deutschland sind es sogar 87%.

Brennende Fragen zu den künftigen Beschaffungsmärkten und -Strukturen für Baumwollprodukte wurden von den internationalen Rednern und Teilnehmern beantwortet und diskutiert. Referentin Sue Butler, Managing Director Kurt Salmon UK, vertrat die Ansicht, der Kampf gegen die Supply Chain Inflation im aktuellen weltwirtschaftlichen Klima verlange nach einer holistischen Strategie. Butler präsentierte die wichtigsten Ergebnisse einer

Presseinformation

COTTON COUNCIL INTERNATIONAL



aktuellen Sourcingstudie, die Kurt Salmon mit mehr als 100 europäischen Sourcingentscheidern für 45 Beschaffungsländer durchführte, und erläuterte, was dies für die Beschaffung der nächsten Jahre in Europa bedeute.

Cotton Council International (CCI) brachte in Prag Vertreter der gesamten Baumwoll Supply Chain zusammen, um die Komplexität der Thematik zu veranschaulichen. „Ein Verständnis von Ereignissen wie dem rasanten Preisanstieg und der Faserverknappung im letzten Jahr ist nur über eine Kenntnis der Abläufe in der gesamten Supply Chain möglich“, erläutert Edelgard Baumann, International Marketing Manager CCI Düsseldorf. Besonderes Interesse der Konferenzteilnehmer galt u.a. der Präsentation des US Amerikaners Jerry Marshall, Inhaber der Trading Firma „The Yiyang Company“, der über die weltweite Baumwollsituation referierte und darlegte, in welchem Maße die Baumwollpreise von diversen Faktoren abhängig sind wie Nachfrage, Wetter, Verfügbarkeit und auch Regierungsinterventionen in Drittländern, in denen keine freie Marktwirtschaft existiert - Beispiel Indien: Dort wurden Baumwollexporte per Regierungsentscheid zeitweise völlig ausgesetzt, was den Baumwollpreis letztlich auf die Spitze trieb. Zudem stehe Baumwolle als Agrarprodukt jährlich erneut auf dem Prüfstand der Farmer. Jedes Jahr wird aufs Neue abgewogen, inwieweit der Anbau von Baumwolle lukrativer ist als der anderer Agrarprodukte. Ausgelöst durch die hohen Baumwollpreise wurde für die aktuelle neue Ernte weltweit mehr Baumwolle angebaut. Absehbar sei aber schon, daß dies aufgrund wieder gesunkener Preise für die neue Anbauphase nicht der Fall sein werde. Es sei wieder mit einer Reduzierung der Anbauflächen zu rechnen, so Marshall. Die Preise blieben somit volatil.

Presseinformation

COTTON COUNCIL INTERNATIONAL



Einig war man sich in Prag auf allen Stufen, daß man die Beschaffungskette in ihrer Gesamtheit besser verstehen muß, um unangenehme Überraschungen zu vermeiden. Vertikale Partnerschaften, die mehr in die Tiefe gehen, werden immer wichtiger. Einkäufer für Fertigprodukte sollten sich über die gesamte Supply Chain vernetzen, eng mit ihren Vorlieferanten und deren Vorlieferanten kooperieren – von der Faser bis zum Endprodukt. Internationale Marken sind bereits auf diesem Weg und geben ein gutes Beispiel, wie Partnerschaften in der Supply Chain gelebt werden können.

Ein Beispiel wie Partnerschaft sogar mit sogenannten „Wettbewerbern“ funktioniert präsentierte Jan Hilger, Director Operations der Escada S.E. In einem spannenden Projekt, dem „High End Fashion Cluster“ haben sich Luxus-und Premium Marken zu einem Sourcingprojekt zusammengetan, das seinesgleichen sucht. Man produziert in gleichen Produktionsstätten, nutzt Synergieeffekte, nutzt einheitliche Qualitäts- und Verarbeitungsstandards, arbeitet sogar mit einem gemeinsamen Technikerteam vor Ort etc. Eine Lösung für den Luxusbereich, der zeigt wie wichtig Vernetzung und Kooperation sind, um auch bei kleineren Ordervolumen und hohem Qualitätsanspruch wirtschaftlich zu operieren. In einer globalisierten Beschaffungswelt, in der im Jahr 2025 rd. 80% der Bekleidungsimporte der führenden Modemärkte erwartungsgemäß von rd. 20 globalen Lieferanten geliefert werden, müsse man sich den Realitäten stellen und sich optimal vernetzen, um steigenden Bedarf und limitierte Ressourcen optimal zu nutzen, so Hilger. Eine wichtige Rolle in der heutigen Fashion Supply Chain bzw. den Demand Networks spiele auch die Entwicklung und Verbreitung von informellen Netzwerken. Jan Hilger ist überzeugt: „In fortschreitendem Maße übernehmen informelle,

Presseinformation

COTTON COUNCIL INTERNATIONAL



firmenübergreifende Netzwerke das Vorantreiben neuer Ideen und Innovationen gegenüber formell etablierten bzw. firmeninternen Netzwerken, die oftmals nur präsentiert, aber nicht gelebt werden.“ Die Kenntnis der informellen Strukturen sei eine unabdingbare Voraussetzung für das Gelingen von Veränderungsmaßnahmen oder Projekten.