

# SDBI.DE

Januar 2008

## Die Partner

Die Stiftung der Deutschen Bekleidungsindustrie dankt ganz herzlich allen beteiligten Partnern für ihre Unterstützung:

### **ispo**

Unaufhaltsam hat in den letzten Jahren Sport die Mode beeinflusst und vom Sport mit seinen Emotionspotenzial inspirierte Mode Einzug in unseren Alltag gehalten. Die ispovision ist die erste Tradeshow für sportinspired Fashion. Mit ihr wird von der Neuen Messe München GmbH eine zeitgemäß konzipierte Business- und Kommunikationsplattform für das Segment Sportstyle und seine Anbieter geschaffen, die Stärken und Vorteile einer klassischen Fachmesse mit den Emotionen eines Lifestyle-Events verbindet. Der modische Schwerpunkt der ispovision liegt auf dem Transfer von Sportimpulsen in die Mode.

[www.ispovision.com](http://www.ispovision.com)

### **Otto**

1949 in Deutschland gegründet, ist die Otto Group heute eine weltweit agierende Handels- und Dienstleistungsgruppe mit rund 53.000 Mitarbeitern auf drei Kontinenten. Die Otto Group ist mit 123 wesentlichen Unternehmen in 19 Ländern Europas, Nordamerikas und Asiens präsent. Ihre Geschäftstätigkeit erstreckt sich auf die vier Segmente Multichannel-Einzelhandel, Finanzdienstleistungen, Service und Großhandel. Im Geschäftsjahr 2006/07 (28. Februar) erwirtschaftete die Otto Group einen Umsatz von 15.251 Mio. Euro. Otto ist heute die größte Versandhandelsgruppe der Welt. Im Onlinehandel mit dem Endverbraucher (B2C) belegt die Otto Group weltweit Platz 2 hinter Amazon. Die dritte Säule des erfolgreichen Multichannel-Vertriebskonzepts – neben dem Kataloggeschäft und E-Commerce – bildet der stationäre Einzelhandel. Es ist die Überzeugung der Otto Group, dass nur jene Unternehmen solide für die Zukunft aufgestellt sind, die ökonomisch erfolgreich agieren und zugleich gesellschaftspolitisch

**Deutschland  
Land der Ideen**



Ausgewählter Ort 2008

verantwortungsbewusst handeln. Somit sind Umwelt- und Sozialpolitik heute integraler Bestandteil der Unternehmensstrategie. Die Otto Group hat sich zum Ziel gesetzt, mit dem Import der Handelswaren gleichzeitig bei den Lieferanten ökologische und soziale Standards umzusetzen, ohne dabei Handelsbarrieren aufzubauen.

[www.ottogroup.com](http://www.ottogroup.com)

## **Falke**

Die Falke Gruppe ist ein international tätiges Bekleidungs- und Lifestyle-Unternehmen mit Sitz im sauerländischen Schmallenberg. Gegründet im Jahr 1895, wird das Familienunternehmen heute in 4. Generation geleitet. Die Falke Gruppe konnte sich im 111. Jahr ihres Bestehens erneut sehr erfolgreich als Marktführer behaupten und einen Umsatzzuwachs zum Vorjahr um +12,8 Millionen Euro auf nunmehr 186,3 Millionen erzielen. Im Gegensatz zu vielen deutschen Textil- und Bekleidungsunternehmen setzt die Falke Gruppe auf einen hohen Anteil an inländischer Beschäftigung.

Die Marke Falke und ihre Produkte sind ein integraler Teil des Modemarktes. Falke stellt moderne Bekleidungs-Accessoires her, die dem Lebensgefühl, der ganz persönlichen Kultur und den Ansprüchen der Menschen gerecht werden sollen. Modische Bekleidung aus hochwertigen Materialien, verarbeitet mit handwerklicher Perfektion, die sich durch ihren hohen Innovationsgrad und durch ihre Funktionalität auszeichnet. Falke hat sehr früh erkannt, dass die Versöhnung von Funktion und Mode in der Bekleidung eine der Kernentwicklungen des nächsten Jahrzehnts sein wird. Die Philosophie lautet: Falke will intelligente Produkte schaffen, die menschliche Bewegungsabläufe und Bedürfnisse unterstützen und gleichzeitig ein positives Körpergefühl auslösen.

[www.falke.com](http://www.falke.com)

## **Schumacher**

Das Label: Herzschlag, International, weiblich und mutig. Ende der 80er Jahre, als Frauen ihre Weiblichkeit hinter Business-Anzügen versteckten, setzte Dorothee Schumacher mit ihrer ersten Kollektion bewusst auf Weiblichkeit. Eine feminine Revolution, die Basis für das heute weltweit anerkannte Fashion-Label ist.

Lebensgefühl: Die Frau – sie geht ihren eigenen Weg – stark, clever und charmant. Ihr Luxus ist ihre Unabhängigkeit, ihre Freiheit im Style ist grenzenlos. Sie liebt Fashion. Klasse und Individualität sind ihr Lebensstatement, die ganze Welt ist ihre Bühne.

Dorothee Schumacher – Heart of the Company: Schon als Teenager hat sie die Möglichkeit hinter die Kulissen exklusiver Modelabels zu schauen. Fasziniert von den großen italienischen Modenschauen weiß sie schon sehr früh, dass nach einer Ausbildung im Einzelhandel im ersten Luxuskaufhaus Deutschlands „Heinemann“, Königsallee, Düsseldorf, ihr Weg nach Italien führen wird, um eine Textilausbildung zu machen. In Deutschland zurück, setzt sich ihr Weg mit einer Ausbildung zur Einkäuferin beim Konzern P&C fort. Kurz darauf steigt sie bei dem französischen Label François + Marithé Girbaud im Vertrieb ein. Aus den bisherigen Karrierebausteinen setzt sich in dieser Zeit ein Mosaik zusammen, das als Grundlage für ihr eigenes, ganz neues Modekonzept dient: Ein Shirt, das anders ist als die anderen: smart, feminin und powerful. Eine Gegenstrategie zur Frau im Businessanzug, die versucht, sich den Männern anzugleichen, anstatt ihren weiblichen Charme für sich zu nutzen. Ihr großes Fashiongespür und ihre Sensibilität für die Kunden kommen ihr zugute und die ersten Entwürfe entstehen.

[www.schumacher.to](http://www.schumacher.to)

## **AGD – Allianz deutscher Designer**

Die Allianz deutscher Designer (AGD) ist seit 32 Jahren der Berufsverband selbstständiger Designerinnen und Designer. Die Allianz bietet ihren Mitgliedern die Vorteile eines Unternehmerverbandes mit der Absicherung eines Tarifverbandes und setzt sich für die berufswirtschaftlichen Belange selbstständiger Designer ein. Die AGD ist offen für Designer aller Fachbereiche. Sie ist mit circa 3.000 Mitgliedern mit Abstand der größte Designerverband in Deutschland und einer der größten in Europa.

Ein Anliegen der AGD ist es, junge Designerinnen und Designer zu beraten und zu fördern. Wir freuen uns daher über die erneute Kooperation mit der Stiftung der Deutschen Bekleidungsindustrie anlässlich der ispo winter 2008.

[www.agd.de](http://www.agd.de)

## **Dr.Hauschka Kosmetik**

Aus dem Wissen der Arzneimittelherstellung entwickelte die Firma Wala Heilmittel GmbH 1967 die Dr.Hauschka Kosmetik. Wertvolle Wirkstoffe aus der Natur und ausgewählte Heilpflanzenauszüge sind die Basis für ihre besonders pflegenden Eigenschaften. Indem sie die Haut als ganzheitliches Organ anspricht und ihre Eigenaktivität anregt, hilft Dr.Hauschka Kosmetik ihr, sich selbst zu regenerieren. Alle Dr.Hauschka Kosmetikpräparate tragen das BDIH-Prüfzeichen „Kontrollierte Natur-Kosmetik“.

Wie in der Kosmetikbranche gewinnt auch in der Modebranche eine nachhaltige Konzeption von Produkten an Bedeutung, die soziale Werte und die Identität des Unternehmens widerspiegeln. Schnellebigkeit und die Hatz nach dem Trend weichen Qualität und Vertrauen in das Produkt. Schwerpunkte, die auch die Dr.Hauschka Kosmetik auszeichnen. Vor diesem Hintergrund unterstützt Dr.Hauschka Kosmetik die gezielte Förderung von Nachwuchskräften in der Modebranche durch die Stiftung der deutschen Bekleidungsindustrie.

[www.wala.de](http://www.wala.de)

## **Swiss Textiles**

Vielseitig engagiert, innovativ und kreativ fördert der Textilverband Schweiz die Jugend. Die Nachwuchstalente im Design helfen mit, die Innovationskraft, Kreativität und Tradition der Schweizer Stoffqualitäten als Botschafter in der Öffentlichkeit zu verankern. Als Hauptmaßnahme vergibt Swiss Textiles seit 2000 den grössten, international ausgerichteten Preis für Modedesign, den Swiss Textiles Award. Der Textilverband unterstützt das Projekt der Stiftung der Deutschen Bekleidungsindustrie 2008 „Attitude“ mit Stoffgutscheinen, welche zum Bezug von Schweizer Stoffen berechtigen. Der Verband ist überzeugt, mit diesem Engagement einen wertvollen Beitrag an junge Menschen zu leisten und diese auf die europäische und im Speziellen auf die Schweizerische Textil- und Bekleidungsindustrie zu sensibilisieren.

Als Repräsentant der Schweizer Textil- und Bekleidungsindustrie sind dem Textilverband Schweiz rund 200 Unternehmen aus den Bereichen Garne, Stoffe, Stickereien, Veredlung, Wäsche und Bekleidung sowie Teppichfabrikanten und Handelsfirmen für Textilien angeschlossen. Der Verband ist vielseitig engagiert, wahrt und fördert die Interessen seiner Mitglieder im In- und Ausland.

[www.swisstextiles.ch](http://www.swisstextiles.ch)

## **Medienkontakt**

Für weitere Informationen und Bildmaterial wenden Sie sich bitte an:

Joachim Schirmmacher  
Projektleiter/Vorsitzender des Beirats  
Stiftung der Deutschen Bekleidungsindustrie  
T +49 40 25 31 88 60  
[schirmmacher@sdbi.de](mailto:schirmmacher@sdbi.de)

Susanne Fischer  
Head of Marketing & Kommunikation  
ispo Group  
T +49 89 494 20611  
[fischer@ispo.com](mailto:fischer@ispo.com)