



DHL: Neue Verbraucherumfrage zu Fashion-Trends und Parallelen in der Logistikwelt

- **Konsumenten steigern Erwartungen an Produktion und Umweltschutz**
- **DHL bietet maßgeschneiderte Logistiklösungen für Designer und Marken**

Bonn, 13.12.2018: DHL ist seit vielen Jahren ein enger Partner der Modewelt: neben Logistikleistungen für große Branchen-Events, arbeitet der Konzern mit bedeutenden Modeverbänden zusammen und vergibt Awards an aufstrebende Nachwuchsdesigner.

Die DHL Verbraucherumfrage gibt einen Überblick über die aktuellen Trends und Erwartungen von Konsumenten: Rund 6,000 Teilnehmerinnen aus England, USA, Italien, Australien und Japan haben sich zu Ihrem Kaufverhalten und den Grundlagen für Ihre Kaufentscheidung geäußert. DHL hatte die Umfrage als langjähriger Logistikpartner für Designer, Events und Marken in Auftrag gegeben, um insbesondere die Wichtigkeit eines gut funktionierenden weltweiten Netzwerks, Präzision, Verlässlichkeit und Geschwindigkeit in der Fashion-Industrie aufzuzeigen.

„DHL hat diese Umfrage in Auftrag gegeben um die aktuellen Fashion-Trends genauer zu betrachten und die Parallelen zur Logistikwelt aufzuzeigen: Beide Branchen agieren mit einem weltweiten Netzwerk, arbeiten kreativ, präzise und schnell!“ sagt Arjan Sissing, SVP Group Brand Marketing.

Die Umfrage zeigt unter anderem, dass Verbraucher in England besonderen Wert auf Produktionsethik legen, während Japanerinnen die Qualität der Ware priorisieren. 15 Prozent der Teilnehmer lesen das Etikett, um zu sehen, wo ein Kleidungsstück produziert wurde - in Italien steigt diese Zahl sogar auf 41 Prozent. Darüber hinaus wollen die Käufer wissen, ob und wie die Warenlieferungskette die Umwelt möglicherweise belastet. Ein Viertel wiederum sagt, dass ihnen die Produktion zu fairen Arbeitsbedingungen wichtig ist. Experten wie die britische Fashion-Journalistin Karen Kay unterstreichen außerdem, dass der Trend zu einer wachsenden Aufmerksamkeit – insbesondere bei der jüngeren Generation – in Bezug auf Umwelteinflüsse und soziale Aspekte geht.

Bereits seit 2008 ist DHL Partner verschiedener Fashion Weeks und bietet maßgeschneiderte Leistungen an, um die unersetzbaren Kollektionsmuster der Designer pünktlich und zuverlässig zu den Shows zu liefern. Zu den aktuellen Engagements zählen Partnerschaften mit den

Seite 1 von 3



Fashion Weeks in London und Kopenhagen, der Amazon Fashion Week Tokyo sowie den Mercedes-Benz Fashion Weeks in Sydney und Moskau.

Darüber hinaus arbeitet DHL mit führenden Branchenverbänden weltweit zusammen, dazu zählen der Council of Fashion Designers of America (CFDA), der British Fashion Council (BFC), die Camera Nazionale della Moda Italiana (CNMI), die Japan Fashion Week Organization (JFW Organization) und die Artefact Agency in Russland. Gemeinsam mit dem CFDA veröffentlichte DHL im Oktober 2017 die Studie „The Human-Centered Supply Chain“ zu zukunftsfähigen Geschäftsmodellen in der Mode, in der die zentralen Herausforderungen und Handlungsfelder für die Lieferketten in der Modeindustrie analysiert und Lösungen skizziert werden. Mit dem „Designer’s Playbook“, das auf Basis der Studienergebnisse entwickelt wurde, werden angehende Designer dabei unterstützt, ihr Unternehmen erfolgreich zu etablieren. Außerdem fördert und unterstützt DHL Nachwuchsdesigner durch Workshop-Angebote und Award-Programme, die unter anderem Transportleistungen und Logistik-Mentoring beinhalten, um so Designer bei der Internationalisierung ihres Geschäfts unterstützen. DHL arbeitet zudem mit verschiedenen etablierten Designern zusammen, darunter das Label VETEMENTS, das DHL im Rahmen ihrer Frühjahr / Sommer 2018 Kollektion eine eigene Capsule Collection widmete.

Aktuelle Modethemen und Fashion-Kooperationen kommuniziert DHL unter anderem über soziale Medien wie Facebook, Twitter und Instagram. Dem Facebook-Auftritt „DHL Fashion“ folgen fast 200.000 Menschen.

Jahrzehntelange Expertise in Modelogistik

Als führender Logistikpartner der Mode-, Schmuck- und Lifestyle-Industrie verfügt DHL über jahrzehntelange Erfahrung und Expertise auf dem Gebiet der Modelogistik. Das Unternehmen bietet umfangreiche und maßgeschneiderte Logistiklösungen, darunter eine Vielzahl von Services für den E-Commerce, die Belieferung von Boutiquen und Einkaufszentren oder umfassende Lagerlogistik- und Mehrwertdienstleistungen in speziellen Mode-Distributionszentren. Das Angebot von DHL richtet sich dabei nicht nur an große Modehäuser und etablierte Designer, sondern auch an aufstrebende Nachwuchstalente. DHL unterstützt sie mithilfe flexibler Fashion-Logistiklösungen dabei, ihre Kreationen auf die Laufstege der Fashion Events oder in die Boutiquen der Welt zu bringen und sich auf dem Modemarkt zu etablieren.

Weiterführende Informationen zu DHL’s Fashion Programm finden Sie bitte hier: www.fashion.dhl-in-motion.com



– Ende –

Sie finden die Pressemitteilung zum Download sowie weiterführende Informationen unter www.dpdhl.de/pressemitteilungen

Medienkontakt

Deutsche Post DHL Group

Media Relations

Christina Müschen

Tel.: +49 228 182-9944

E-Mail: pressestelle@dpdhl.com

E-Postbrief: pressestelle.konzern@dpdhl.epost.de

Im Internet: www.dpdhl.de/presse

Folgen Sie uns: www.twitter.com/DeutschePostDHL

DHL – The logistics company for the world

DHL ist die weltweit führende Marke in der Logistik. Als „family of divisions“ bieten die DHL-Divisionen ein einzigartiges Logistikportfolio – von der nationalen und internationalen Paketzustellung über Transport- und Fulfillment-Lösungen im E-Commerce, den internationalen Expressversand sowie Straßen-, Luft- und Seefrachttransport bis zum Supply-Chain-Management. Mit rund 360.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in über 220 Ländern und Territorien weltweit verbindet DHL sicher und zuverlässig Menschen und Unternehmen und ermöglicht so globalen Handel. Mit einer einzigartigen Präsenz in Entwicklungs- und Schwellenländern, spezialisierten Lösungen für Wachstumssektoren wie „Technology“, „Life Sciences & Healthcare“, „Automotive“, „Energy“ und „Retail“ und einer ausgewiesenen Verpflichtung zu unternehmerischer und gesellschaftlicher Verantwortung ist DHL „The logistics company for the world“.

DHL ist Teil des Konzerns Deutsche Post DHL Group. Die Gruppe erzielte 2017 einen Umsatz von mehr als 60 Milliarden Euro.