

Consulting News

Issue 41
Mai 2024

- 01** Editorial
- 02** Beziehungen sind der Schlüssel zum Glück
- 03** Gen Z macht Outdoor-Mode zum Luxus-Trend
- 04** Erfolgsprinzip #5 Präsenz



«Um klar zu sehen, genügt oft ein Wechsel der *Blickrichtung*»

Antoine de Saint-Exupéry

01 Editorial

Die Modebranche steht schon lange in der Kritik wegen ihrer fragwürdigen Arbeitspraktiken, insbesondere im Zusammenhang mit Zwangsarbeit und unethischen Produktionsbedingungen. Mit dem Verbot von Produkten, die unter Zwangsarbeit hergestellt wurden, signalisiert das Europäische Parlament einen klaren Standpunkt gegen diese Missstände und erhöht den Druck auf (Ultra-)Fast-Fashion-Unternehmen. Aber auch alle anderen Textilunternehmen müssen Verantwortung übernehmen und entlang ihrer gesamten Lieferkette genau hinschauen, wie sie ihre Waren produzieren. Nicht nur auf europäischer Ebene finden darüber Diskussionen statt und werden Massnahmen ergriffen – mehr dazu in den News in diesem Newsletter.

Ihre Monique Fischer

02 Beziehungen sind der Schlüssel zum Glück

Seit Generationen setzt sich die Gesellschaft mit der Frage auseinander, ob Geld glücklich macht. Zwei aktuelle wissenschaftliche Studie bestätigen nun, was wir tief in unserem Herzen eigentlich schon lange wissen: Nein, mit Geld kann man Glück nicht kaufen. Stattdessen spielen gute Beziehungen und menschliches Miteinander eine tragende Rolle für unser Glücklichein und unseren Erfolg. Ganz ohne Geld geht es aber auch nicht.

[Jetzt Blogartikel lesen](#)

03 Gen Z macht Outdoor-Mode zum Luxus-Trend

«Wer eine Jogginghose trägt, hat die Kontrolle über sein Leben verloren.» Diese Worte stammen von Karl Lagerfeld. Ob er heute noch so denken würde? Tatsache ist, dass Sport- und Outdoor-Mode bei der Generation Z angekommen ist, was unmittelbar mit den Trends zu Nachhaltigkeit und Naturerleben zusammenhängt. Allerdings stellt sie ganz andere Ansprüche an diese Kleidungsstücke als bisher. Funktionalität und optische Langeweile gehören der Vergangenheit an, stattdessen stehen Kreativität und Freiheit im Vordergrund, egal ob im urbanen Umfeld oder beim Wandern. Kein Wunder also, dass immer mehr Luxusmarken ihre Kollektionen auf den Outdoor-Bereich ausweiten. Kooperationen wie die von Gucci mit The North Face oder von Arc'teryx mit Jil Sander sind an der Tagesordnung. Luxusmarken wie Moncler, Prada oder Balenciaga haben mittlerweile eigene Outdoor-Kollektionen. Haben Sie bereits Lieblingsstücke in Ihrem Kleiderschrank?

04 Erfolgsprinzip #5 Präsenz

Wir brauchen Auszeiten, um uns zu regenerieren und Dinge aus der Distanz betrachten zu können. Für mich ein klares Erfolgskonzept, um bessere Entscheidungen zu treffen. Das bedeutet auch, nicht immer gleich zu reagieren. Es hilft mir sehr, eine Nacht über etwas zu schlafen. Denn meist sieht es am nächsten Tag anders aus. Ich gewinne neue Erkenntnisse, kann die Perspektive wechseln oder fühle mich gelassener – damit fallen meine Reaktionen oder Entscheidungen meist besser aus.

[Meine Philosophie](#)

Vertriebs News WELT!

Paris nimmt Fast Fashion ins Visier

Frankreichs Parlament diskutiert über einen Gesetzentwurf, der Fast-Fashion-Konzerne regulieren soll. Vorgesehen sind Sanktionen auf Grundlage von drei Kriterien: exzessive Produktion, Niedrigpreise und aggressive Werbung. Die Textilbranche in Frankreich begrüsst den Vorstoss und regt zusätzlich einen France-Bonus an.

S.OLIVER GROUP: Fashion is Tech

Beim ersten firmeninternen KI Summit haben Geschäftsführung und Mitarbeitende gemeinsam bereits implementierte und potenzielle Use Cases diskutiert. Geschäftsführer Thomas Rothe, der als KI-Spezialist gilt und den Bereich Wholesale verantwortet, will gemeinsam mit Eigentümer Bernd Freier das Unternehmen in die Zukunft führen.

