

FASHION & UMWELT
„WER WILL – DER KANN“







“UMWELTSÜNDER” TEXTILINDUSTRIE

- Produktion über Bedarf
- enormer Energie & Wasserverbrauch
- Transport/ Verpackung/ Entsorgung
- internationaler Wettbewerb

MARKT & ERWARTUNG

- “versaute” Margenerwartung in der Produktionskette
- notwendige Marge für den stationären (Fach-)Handel
- Erwartungen der Verbraucher (Preis/ Abwechslung/ Verfügbarkeit)
- Marken-Emotionalität
- Media-Konzepte
- etc.

RESULTAT: “FASHION-DILEMMA”

CHEAP PRICE TAG BUT A HEFTY ENVIRONMENTAL AND SOCIAL COST

Dezember 2023



Quelle: Consumer Panel Fashion | Experteneinschätzung
Consumer Panel Services GfK | Markt- und Shoppertrends Fashion

Nachhaltigkeit bleibt wichtig, ist aber nur für Wenige kaufentscheidend, Preis und Geschmack schlagen das gute Gewissen beim Fashionkauf



Lösung - langfristig

- “Umerziehung” des Kunden (Geduld)
- Veränderung der Handelsdenke auf allen Ebenen (Geduld)
- globales Ungleichgewicht abschaffen (Unmöglich?!)
- Slow Fashion statt Fast Fashion (Erziehung s.o.)



Lösung - kurzfristig

- Änderung als Prozess
- kleine Schritte mit Auswirkungen
- Angepasst an Handels- & Vertriebsstrukturen
- “Mitnahme” des Endkunden



KEEP YOUR VISION

DIE NANGAPARBAT LÖSUNG



- **WIR verändern den LEH & DISCOUNT**
- **WIR verändern UMPACKUNG**
- **WIR setzen PREISLAGEN fest**
- **WIR investieren in Materialien & Prozesse**
- **WIR schaffen erlebbaren MEHRWERT über NACHHALTIGKEITSbemühungen**

- **WIR investieren in UMWELT**
- **WIR suchen passende PARTNER**
- **WIR sind AKTIV**
- **WIR arbeiten am PROZESS**
- **WIR REDEN DARÜBER**



PLANT-MY-TREE

NANGAPARBAT ENGAGEMENT

- WIR haben **8.200 Bäume** gepflanzt
- WIR haben **ca. 7.000 m² Bestandsfläche** geschützt
- WIR sensibilisieren den Handel



[Über Kaufland](#) [Nachhaltigkeit](#) [Presse](#) [Immobilien](#) [Fleischwerke](#) [Regionale Aktionen](#)

Für den Umweltschutz: Kaufland bietet Outdoor-Kollektion von Nangaparbat an

Neckarsulm, 08.02.2023

Ein Stück Himalaya-Flair bei den eigenen Outdoor-Aktivitäten – das bietet die neue Trekkingkollektion der bekannten Outdoormarke Nangaparbat, die ab sofort in allen Kaufland-Filialen als Aktion erhältlich ist. Das Besondere: Mit dem Kauf der Kleidung engagieren sich Kunden auch für den Umweltschutz, denn ein Teil des Erlöses fließt in die gemeinnützige Organisation „1% for the planet“.



<https://nangaparbat.eu/nachhaltigkeit>



FOR THE
PLANET®

We can all do our part.
We can all protect. We can all give back.
We can all pay it forward.

GREENWASHING? MARKETING? VISION?

GREENWASHING: NEIN

wir kennen das Problem, wir nehmen es an, wir gehen
“machbare” & nachvollziehbare Schritte

MARKETING: JA

Verkauf ist die Basis für die Möglichkeit zur
Unterstützung. Aufklärung ist die Grundlage für einen
Wandel.

VISION: JA

Notwendigkeiten erkennen, Überzeugungen leben,
wirtschaftlichen Realismus praktizieren, Demut vor
Engagement & Erfolg

„WER WILL – DER KANN“

DANKE

für Ihre Zeit !

für die tolle Zusammenarbeit !

für euer Engagement !

für den gemeinsamen Plan !

Kontakt:

Jens Dautzenberg
BRAND & MARKETING MANAGER
K&P BRAND CONCEPT GMBH
jens.dautzenberg@kp-brandconcept.com



K&P BRAND CONCEPT
LICENSE MANAGEMENT
MARKETING & SALES CONSULTING
HR CONSULTING

Mehr Details & Infos:

<https://nangaparbat.eu/nachhaltigkeit>

<https://www.youtube.com/watch?v=8Lkc8eQsJlI>

https://www.instagram.com/nangaparbat_8125/

<http://www.kp-brandconcept.com/en/references/>

