

COUTURE CONSULTANCY

“We turn your creative vision into a sustainable and profitable business.”

**Alleinstellungsmerkmale Definition und
Entwicklung der eigenen
Nachhaltigkeitsstrategie**

 **Fashion Campus 2030**
Mode.Zukunft.RheinMain.

 **lust auf
besser leben**





TEILNEHMER INTRO

Du hast 2min (nutze Stichpunkte):

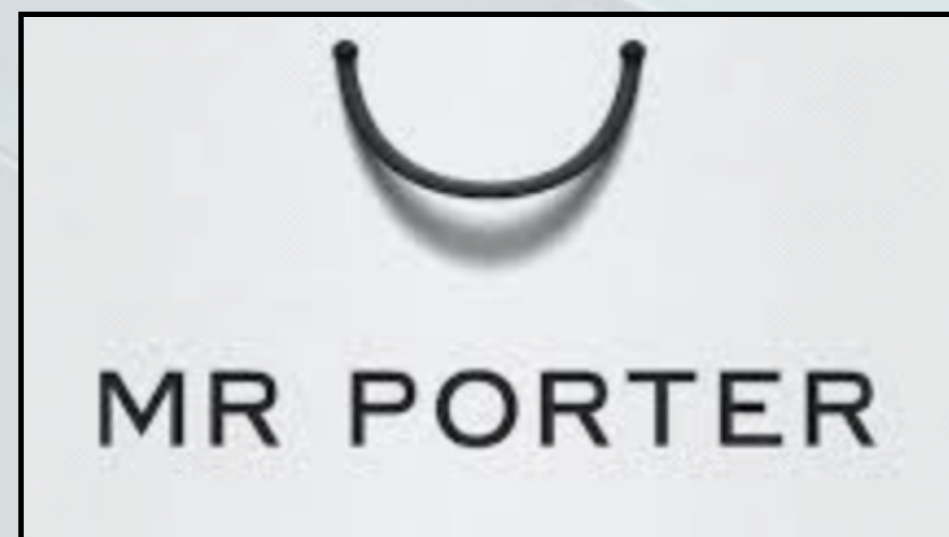
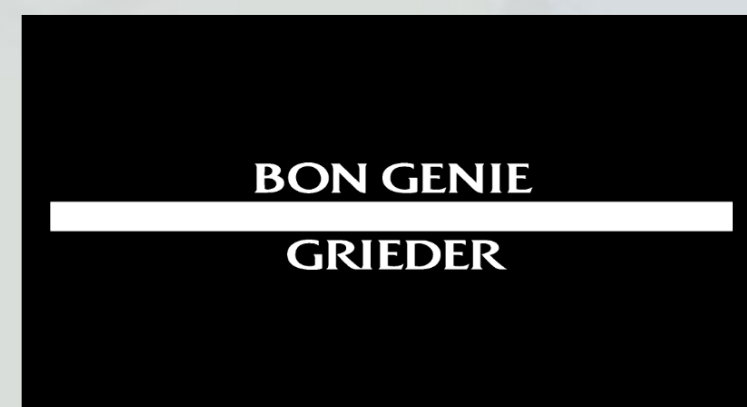
- Wie ist Dein Name?
- Was ist Dein Start-Up / Dienstleistung (in a nutshell)?
oder
- Was erwartest du von diesem Workshop?
- Was ist Deine größte Stärke?



About Katja Noschis Delaloye

- Multikulturell und mehrsprachig
- Master in Modemanagement - Mailand
- Einkäuferin und Store Manager - Schweiz
- Founding Member and Buying Manager bei MR PORTER - London
- Couture Consultancy, Beratung für Modemarken - New York
- E-Commerce-Manager, The Listener Concept Store - Frankfurt
- 2022 Beraterin und Ausbilderin
- 2024 Dozentin Akademie Mode Schule

- IG: @coutureconsultancy
- LinkedIn: Katja Noschis Delaloye





Plan 24.10.24 - 10-12 Uhr

1. Einleitung:
 - Markenpositionierung &
 - Nachhaltigkeitsstrategie
2. Model Anwendung - Kahindo
3. Alleinstellungsmerkmale
 - 1. Workshop, Golden Circle - 15' Minuten
 - Fragen
5. Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz
6. Die Nachhaltigkeitsmatrix
7. Model Anwendung - Kahindo
 - 2. Workshop, Matrix - 15' Minuten
 - Fragen
8. Zusammenfassung und Networking

1. Einleitung

- Erfahrung: Umfangreiche Erfahrung in Einkaufsfunktionen und der Entwicklung von Markenstrategien.
- Markenpositionierung: Wesentlich und entscheidend zur Sicherung von Marktanteilen, da sie den Verbrauchern hilft, den Wert der Marke und die Gründe zu verstehen, warum sie bei der Marke kaufen sollten, anstatt bei Wettbewerbern.





1. Einleitung

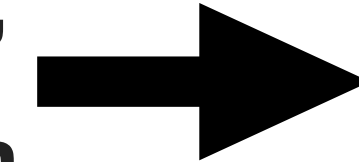
- Nachhaltigkeitsstrategie: Es ist sehr wichtig, die Nachhaltigkeitsstrategie von Anfang an in die Gründung eines Unternehmens einzubeziehen, vor allem wegen des Lieferkettengesetzes.
- Sie hilft dabei, langfristige Ziele zu erreichen und die Marktposition zu verbessern.
- Nachhaltigkeitsmatrix: Die Matrix ist ein nützliches Werkzeug, um Ihre Nachhaltigkeitsstrategie zu entwickeln und zu verbessern.



3. Model Anwendung -

KAHINDO

**Kahindo Mateene,
die Gründerin von
Kahindo, 2017 New York**



Die Zielgruppe von Kahindo Mateene sind modebewusste, sozial engagierte Frauen, die Wert auf einzigartige, kulturell inspirierte Designs legen. Sie schätzen nachhaltige Mode und ethische Produktion sowie Inklusivität und Individualität.

Preis Kleid: 200-520\$

Retailers: Rent the Runway, Anthropologie, Industrie Africa, Shopbop, The Folklore, Lyst



3. Model Anwendung -

KAHINDO

Warum (Why): "Our mission extends beyond offering **vibrant garments** that **celebrate individuality**; it includes **empowering both those who wear our designs and those who craft them**," Kahindo Mateene.

Wie (How): Die Marke verwendet **nachhaltige Materialien**, um die Umweltbelastung zu minimieren. Die Marke sorgt auch für **faire Löhne und sichere Arbeitsbedingungen für alle ihre Handwerker** und Arbeiter. Sie arbeitet oft mit **geschickten Handwerkern** aus **verschiedenen kulturellen Hintergründen** zusammen, um deren **traditionelles Handwerk** hervorzuheben (hauptsächlich **aus Kenia**). Wir glauben, dass **Mode eine Kraft für positive Veränderungen** sein kann, indem sie **lebendige Kleidungsstücke** schafft, die **Individualität ausdrücken**.

Was (What): Kahindo bietet **nachhaltige Damenbekleidung in Größen von XS bis 2XXL** zu **erschwinglichen Preisen**. Die Kollektionen zeichnen sich durch **lebhaftes Drucke, kräftige Farben** und kulturell inspirierte Muster aus. Zudem gibt es **maßgeschneiderte Stücke** für besondere Anlässe und **limitierte Kollaborationen** (z.B. mit Anthropology).

KAHINDO

4. Alleinstellungsmerkmale

USP immer zwei Niveau:

1. Warum existiert die Marke?

- Von Kahindo, eine **Frau gegründet** die aus einer **Minderheit** kommt
- **Ethische Lieferkette** = faire **Löhne** und **sichere Arbeitsbedingungen** für alle **Handwerker und Arbeiter**
- Eine **Kraft für positive Veränderung** mit **lebendigen Kleidungsstücken**, die **Individualität ausdrücken**
- Schaffung **nachhaltiger Arbeitsmöglichkeiten in Kenia**



KAHINDO

4. Alleinstellungsmerkmale

2. Was macht deine Marke?

- **Größen inklusive** von XS bis 2XXL
- **Erschwingliche Preise**
- **Nachhaltige Kleidung** zur Minimierung der Umweltbelastung
- **Lebhafte Drucke, kräftige Farben** und einzigartige Muster, die die kulturellen Inspirationen der Marke widerspiegeln
- **Maßgeschneiderte Stücke für besondere Anlässe**



4. Alleinstellungsmerkmale - Google-Ranking

Wähle Alleinstellungsmerkmale/Schlüsselwörter, die potenzielle Kunden möglicherweise verwenden, wenn sie nach Produkte oder Dienstleistungen wie deiner suchen.



contemporary african printed fashion made in Kenya



Pinterest

<https://www.pinterest.com> › Explore › Women's Fashion ›

25+ Stylish African Print Ankara Jackets in 2023

Check out this post for over 20 trendy **Ankara** print jackets that can be worn in a plethora of ways. So many amazing styles in one place. Ankara | Dutch wax | ...

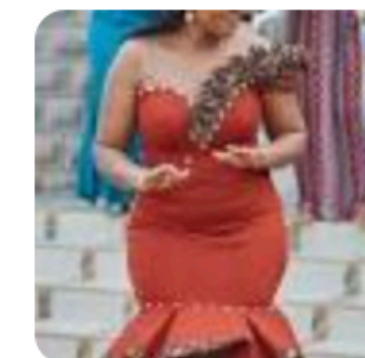


Pinterest

<https://www.pinterest.com> › Explore › Women's Fashion ›

Kenya traditional dowry wear | African dresses ... - Pinterest

It fastens in front with buttons, is made from **100% African print cotton**. Fabric model has on may not be available. Buyers will be asked to send me their body ...

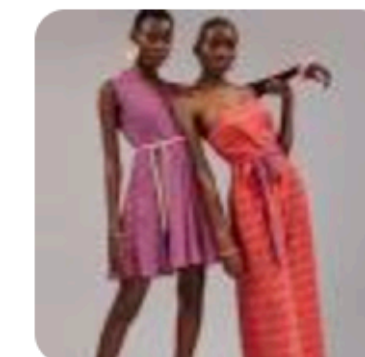


KAHINDO

<https://kahindo.com> ›

KAHINDO | African-Inspired Fashion | Ethically Made in ...

KAHINDO is an ethical luxury fashion brand based in New York and made with love in Africa. The brand embraces original prints and vibrant colors, paying homage ...



KAHINDO



Workshop 1: Golden Circle und definiere deine USPs

Du bist dran!

Ziel: Wende das Golden Circle zu deinem Business an und definiere deine USPs.

Du hast 20 Minuten Zeit:

1. 15 Minuten allein
 - Warum machst du was du machst?
 - Was machst du?
2. 10 Minutes Fragen

Plan
24.10.24 - 10-12 Uhr

5. Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz
6. Die Nachhaltigkeitmatrix
7. Model Anwendung - Kahindo
 - Matrix - Workshop - 15' Minuten
 - Fragen 10'
8. Conclusion and Networking

5. Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (LkSG)

Schutz von Menschenrechten

- Schutz vor Kinderarbeit
- Schutz von Zwangsarbeit & Landraub
- Vermeidung von Diskriminierung
- Förderung des Arbeits- und Gesundheitsschutzes
- Sicherstellung von fairen Löhnen
- Sicherstellung des Rechtes Gewerkschaften zu gründen

Schutz der Umwelt

- Schutz vor umweltrechtlichen Verstößen
- Schutz vor Umweltordnungswidrigkeiten und Umweltstraftaten global z. B.:
 - Einhaltung von Immissionswerten
 - Konformer Umgang mit Chemikalien
 - Kein illegaler Handel mit Rohstoffen

ZIEL: EU arbeitet derzeit an einer europäischen Richtlinie zur unternehmerischen Sorgfaltspflicht (Corporate Sustainability Due Diligence Directive, kurz CSDDD)

5. Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (LkSG)



- ALLE unter das deutsche Gesetz fallenden Unternehmen, die mehr als 3.000 Beschäftigte haben und in Deutschland Steuern zahlen.
- ALLE unter das deutsche Gesetz fallenden Unternehmen, die mehr als 1.000 Beschäftigte haben und in Deutschland Steuern zahlen.
- Gegenwärtig keine weitere Ausweitung auf „kleinere“ Unternehmen; allerdings Bestrebungen aus einigen Reihen

6. Die Nachhaltigkeitsmatrix

Immer Nachhaltigkeit im Kopf haben wenn man mit der Matrix arbeitet.

Beitrag: ähnlich wie das Warum in Golden Circle

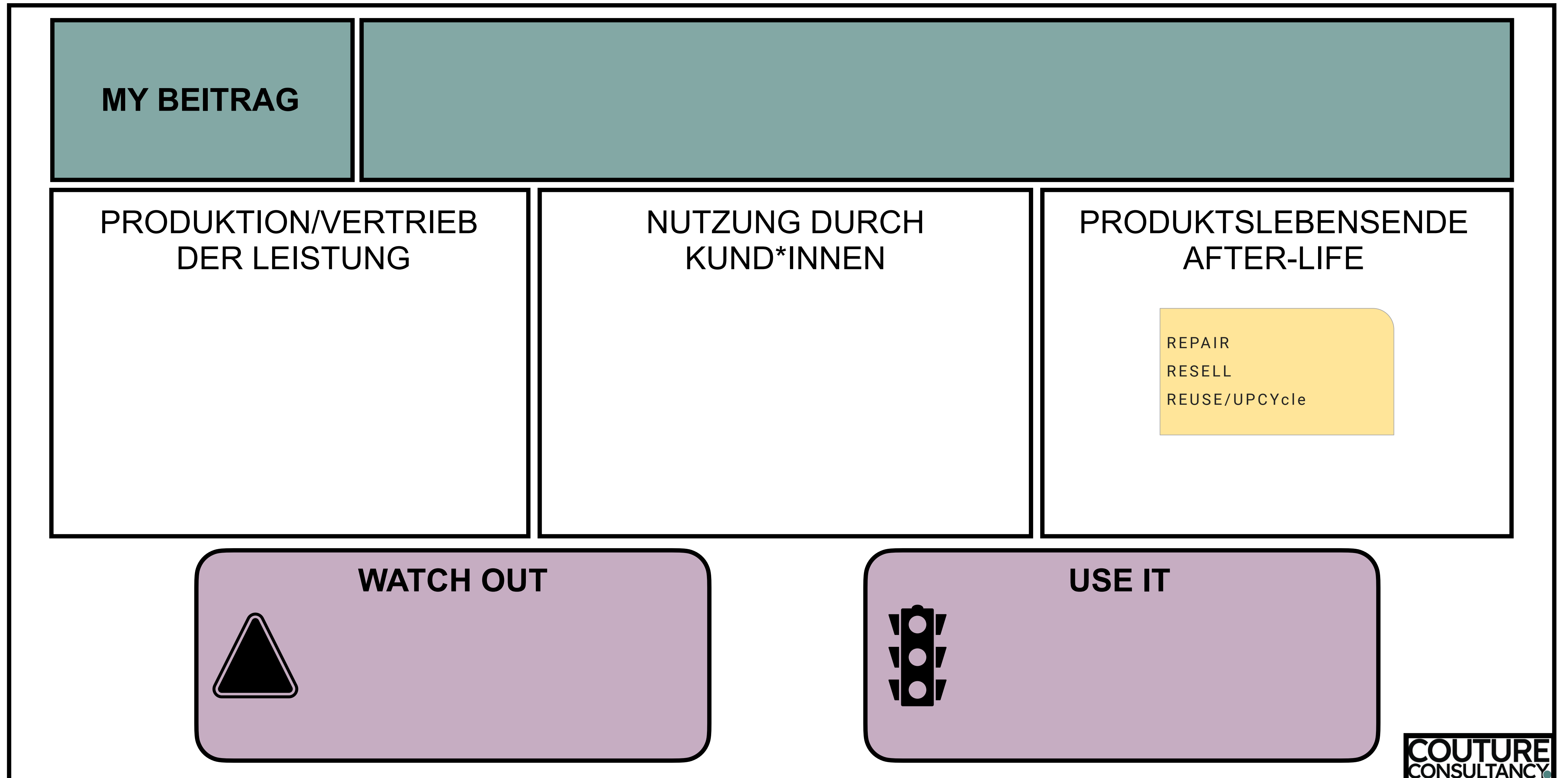
3 Niveau:

1. Produktion/Vertrieb der Leistung
2. Nutzung durch Kund*innen
3. Produktslebenende / After-Life

Watch Out

Use It

6. Die Nachhaltigkeitsmatrix



MY BEITRAG

Empowering both women who wear our designs and those who craft them

Erfüllen die 17 Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen.

Lebendige bedruckte Kleidungsstücke, die die Individualität feiern.

PRODUKTION/VERTRIEB
DER LEISTUNG

Faire Löhne und sichere Arbeitsbedingungen für alle Handwerker und Arbeiter

Die nachhaltige Produktion von Kleidung authentifizieren - wie OEKO-TEX® / GOTS *

NUTZUNG DURCH
KUND*INNEN

Produkte von guter Qualität und langer Haltbarkeit.

Informationen zur Pflege/Wäsche der Kleidung.

PRODUKTSLEBENSENDE
AFTER-LIFE

Teil von Rent The Runway, Kleider oftmals benutzt

Es werden weder Reparaturen noch Rabatte auf das nächste Produkt angeboten, wenn ein Produkt zurückgebracht wird.

Einige ihrer Produkte werden aufgrund der guten Qualität auf Vestiaire Collective weiterverkauft.

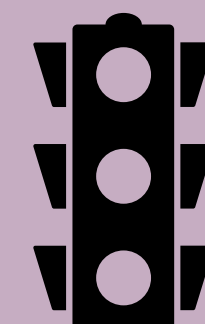
WATCH OUT



Es werden weder Reparaturen noch Rabatte auf das nächste Produkt angeboten, wenn ein Produkt zurückgebracht wird.

Die nachhaltige Produktion von Kleidung authentifizieren - wie OEKO-TEX® / GOTS

USE IT



Faire Löhne und sichere Arbeitsbedingungen für alle Handwerker und Arbeiter

Produkte von guter Qualität und langer Haltbarkeit.

* OEKO-TEX®:
International
Association for
Research & Testing in
the field of textile &
leather ecology

GOTS: Global Organic
Textile Standards



Workshop 2: Die Nachhaltigkeitsmatrix

Du bist dran!

Ziel: Wende die Matrix zu deinem Business an.

Du hast 15 Minuten Zeit:

1. 15 Minuten allein, wende die Nachhaltigkeitmatrix zu deinem Business an.
2. Sonst Open Networking Raum

Danach 10 Minuten Fragen über die Nachhaltigkeitsmatrix



8. Zusammenfassung und Networking

LET'S SHAPE THE FUTURE
OF FASHION TOGETHER

IG: @coutureconsultancy

LinkedIn: Katja Noschis Delaloye

katja@couture-consultancy.com

COUTURE
CONSULTANCY