



GERMANY Sept 11-13 .19



Pressemeldung

Textilfachmesse Apparel Textile Sourcing Germany (ATSG) in Berlin: Keynote von Wilson Zhu (COO bei Li & Fung) über Digitalisierung globaler Lieferketten und Interview mit Jason Prescott (CEO JP Communications) zu Konzept, Zielen und Programm der ATSG

Berlin, den 03. September 2019 **Vom 11. bis 13. September** findet erstmalig die **Textilmesse Apparel Textile Sourcing Germany (ATSG) in Berlin** statt. 200 Hersteller aus aller Welt werden die neuesten Entwicklungen und Trends im weltweiten Bekleidungs- und Textilmarkt vorstellen. Dabei werden sich sowohl Hersteller für den Massenmarkt präsentieren als auch Produzenten, die Marken oder Einzelhändler mit kleineren Handelsprogrammen beliefern. Eine Vielzahl internationaler Experten der Textilbranche wird in Vorträgen und Diskussionsrunden die Zukunft des Marktes durchleuchten. Der Eintritt ist frei.

Veranstalter der ATSG ist [JP Communications Inc.](http://JPCommunications.com) (JPC). Das Unternehmen ist mit Messen unter der **Dachmarke ATS (Apparel Textile Sourcing)** bereits ein namhafter Player in der nordamerikanischen Textil- und Bekleidungsbranche. JP Communications betreibt das umfangreichste Netzwerk von B2B-Beschaffungsplattformen in den USA. TopTenWholesale.com und Manufacturer.com werden von Millionen internationaler Mitglieder genutzt, um passende Großhändler und Hersteller zu finden. Eine Vielzahl lokaler und europäischer Organisationen aus Industrie, Handel und Gewerbe sowie internationaler Konsulate unterstützt die ATSG.

Ein Messe-Highlight wird die **Keynote von Wilson Zhu** sein, COO bei Li & Fung, eines der größten Handelshäuser weltweit mit Sitz in Hongkong. **Zhu ist ausgewiesener Experte für die Digitalisierung von globalen Wertschöpfungsketten. In seinem Vortrag wird er die globale Lieferkette im Zeitalter der Digitalisierung skizzieren:** „Marken und Einzelhändler müssen diese neuen disruptive Technologien verstehen und nutzen, um ihr Überleben zu sichern. Vom Rohstoff in der Textilfabrik bis hin zum Consumer Tracking: Im Einzelhandel wird jeder Schritt der Wertschöpfungskette durch die Digitalisierung bestimmt. Lieferketten müssen einen nahtlosen Daten- und Informationsfluss von Anfang bis Ende ermöglichen. Zudem müssen sie wertvolle Geschäftsinformationen und maßgeschneiderte Dienstleistungen liefern, die den Bedürfnissen der Kunden entsprechen.“



GERMANY Sept 11-13 .19



Jason Prescott (JP Communications) im Interview über die ATSG

Jason Prescott ist CEO von JP Communications und Autor der Bestseller „Wholesale 101“ und „Retail 101“. Prescott äußert sich im Gespräch mit Medienvertretern im Vorfeld der ATSG über seine Beweggründe, mit seiner Messe nach Berlin zu kommen und seine Erwartungen an die Messetage.

Jason Prescott, Sie sind CEO von JP Communications und leiten die ATSG (Apparel Textile Sourcing Germany), die vom 11. September an für drei Tage in Berlin über 200 Aussteller der Textilbranche und mehrere Tausend Besucher zusammenbringen wird. Warum noch eine neue Modemesse?

JP: "Die ATSG ist in der Tat für Berlin neu. Sie bietet Unternehmern, Modeschöpfern, Ideengebern die Möglichkeit, die passenden Lieferanten und Handelspartner zu finden. Auf der ATSG begegnen sich für drei Tage Fachleute wie auch Führungskräfte der Textilindustrie. Auch deutsche Marken suchen nach alternativen Bezugsquellen, weil sie in der schnellen Modelandschaft wettbewerbsfähig bleiben wollen. Mit der ATSG haben sie Zugang zu den besten kleinen, mittelgroßen wie auch global bedeutenden Beschaffungspartnern der Welt. Daher sind insbesondere chinesische und südostasiatische Marktpartner, dazu auch mehrere Produktionsregionen der EU dabei."

Aus welchen Gründen fiel Ihre Wahl auf den Messestandort Berlin?

JP: „Wir sehen in Berlin eine sehr gute Marktchance, die unsere Messen in Toronto und Miami definitiv bereits bewiesen haben. Alle drei sind sehr markante und geschäftige Städte! Alle mit Wachstum im Einzelhandel! Alle mit sehr modebewussten Märkten! Allerdings: Berlin verfügt noch nicht über eine solide B2B-Infrastruktur für die Produktion. Berlin ist eine junge, liberale Stadt und voller Menschen, die kreative wie unternehmerische Visionen und Ziele haben – gerade in der Modebranche. Hier reifen Ideen. In der großen Metropolregion Berlin-Brandenburg leben und arbeiten fast 6 Millionen Menschen. Die Stadt wimmelt von Micro-Brands, Inkubatoren und Machern. Dennoch gibt es wenig B2B-Infrastruktur für die Beschaffung, insbesondere bei Kleidung und Stoffe – noch! Hier setzt die ATSG an. Die Berliner Fashion-Community erhält über die ATSG Zugang zu



GERMANY Sept 11-13 .19



Handelspartnern in den USA, Südasiens und China. In der Textilbranche sind direkte Begegnungen der einzelnen Akteure immer noch ganz wichtig. Die ATSG bietet Modeschöpfern, Einzelhändlern und Einkäufern die dringend benötigte Gelegenheit, um Trends, Stoffe, Technologien und Workshops direkt in Augenschein zu nehmen und alle in Frage kommenden Akteure unter einem Dach zu treffen.“

Sie sprechen von Technologien und Trends. Welche aktuellen Entwicklungen nehmen Sie in der Mode- und Textilbranche gerade wahr?

JP: "Bei vielen Messen unserer Branche ist die Nettofläche der Ausstellung in den letzten Jahren zurückgegangen. Manche sprechen auch vom Tod der Modeschauen. Was wir von JP Communications allerdings eher sehen: Die Branche entwickelt sich rasant. Die Bevölkerungszahl in allen großen Städten und Ballungszentren der Welt nimmt zu. Der Einzelhandel schrumpft nicht. Dank Digitalisierung und entsprechender Veränderung beim Verbraucherverhalten wächst der Einzelhandel. Immer mehr Menschen benötigen immer mehr Kleidung. Zudem wird Kleidung immer individueller. Für die Textilwirtschaft ist flexible Reaktion auf Trends und schneller Zugang zu den passenden Märkten zukünftig noch bedeutender."

Wie agieren Sie als Macher der ATSG auf diese Entwicklungen und Anforderungen?

JP: "Auch für uns sind Flexibilität und Agilität entscheidend. Unsere Apparel Textile Shows können schnell auf die lokalen Anforderungen hin angepasst werden. Sie werden intern von unseren Online-Sourcing-Marken TopTenWholesale.com und Manufacturer.com produziert. Unsere Textilmessen sind in jeder Stadt, in denen wir mit Messen aktiv sind, schnell und über unsere Erwartungen hinausgewachsen. Unsere Shows in Toronto und Miami verzeichneten auch 2019 wieder ein zweistelliges Wachstum. Unser Timing und unsere Risikobereitschaft haben sich hier ausgezahlt."

Die ATSG wird parallel zu dem Ausstellungsbetrieb auch ein Seminarprogramm und Vorträge bieten. Können Sie uns einen Einblick geben?

JP: "Niemand besucht eine Messe, um nur nach Produktionsstandorten und Fabriken zu suchen. Die Besucher wollen sich inspirieren lassen. Sie wollen lernen. Herausforderungen wie Nachhaltigkeit, Corporate Social



GERMANY Sept 11-13 .19



Responsibility und ethische Arbeitsprozesse: Hier haben wir für den deutschen Bereich ein enormes Bedürfnis nach Informationen entdeckt und machen das auf der ATSG zum Thema.

Die ATSG bietet deswegen in konzentrierter Form Informationsaustausch, gegenseitige Inspiration und Netzwerkarbeit. Das wollen wir mit der Messe und dem dazugehörigen Vortrags- und Workshop-Programm erreichen. Wir bieten an den drei Tagen zahlreiche Seminare zu allen wichtigen Themen der Textilbranche. Die besten Experten der Welt der Textilbranche sind in Berlin dabei. Ein Beispiel: **Wilson Zhu, COO von Li & Fung und einer meiner besten Freunde, ist weltweit anerkannter Fachmann beim Thema `Supply Chain / digitale Lieferkette´ und wird dazu referieren.**"

Zum Schluss: Welche Erwartungen haben Sie an eine erfolgreiche ATSG?

JP (lacht): "Unser Ziel: Zufriedene Messeaussteller, Referenten und Besucher. Wenn es am Ende heißt `Wir kommen im nächsten Jahr wieder – dann zur ATSG 2020´ – sind auch wir zufrieden. Richtig zufrieden!"

[Ende Interview]



GERMANY Sept 11-13 .19



Pressekonferenz und Ribbon Cutting durch Regierungsvertreter und
Verbandsvorstände sind am 11. September 2019, 9:30 Uhr im Estrel
Conference Center, Sonnenallee 225, 12057 Berlin

Anmeldung zur Pressekonferenz bitte an: gurda@tema.de

Weitere Highlights der ATSG

Die Mitte des Marktes in Europa

Fast Fashion, Luxus und Discountkleidung sind in aller Munde. Aber was ist mit dem mittleren Preissegment? **Jan Hilger**, ehemaliger Geschäftsführer von Hugo Boss, Escada und PVH, wird beleuchten, was die Mitte des Marktes in Europa ausmacht und welche Möglichkeiten Marken und Einzelhändler haben, sich in diesem wachsenden Sektor zu positionieren.

Logistik- und Distributionsstrategien in Europa

Die Beschaffung von Rohstoffen, Textilien und die Suche nach Herstellern ist nur ein kleiner Teil des Concept-to-Consumer-Bekleidungsprozesses. Insbesondere die Markteinführung der Produkte ist ein entscheidender Schritt. **Matthijs Crieete**, Generalsekretär der International Apparel Federation (IFA), referiert über die Optimierung logistischer Abläufe und die Wege wie die Produkte an die Kunden gelangen.

Luxus und digitaler Vertrieb

Das einzigartige Markenerlebnis ist eines der Elemente des Luxussegments. Dadurch grenzen sie sich von günstigeren Anbietern ab. Die digitale Welt verändert die Art und Weise, wie Marken und Einzelhändler auf dem Markt für Luxusbekleidung mit dem Verbraucher interagieren. **Julian Groves**, Managing Director bei London Persona, wird Online-Strategien von hochpreisigen Marken im digitalen Zeitalter beleuchten.

Lokal und global

Was braucht es, um eine Marke in Zeiten des Überangebotes neu zu positionieren, zu restrukturieren oder ins Leben zu rufen? **Sal Khokhar**, ehemaliger Executive bei DKNY, LVMH und Adidas, führt durch die Erfolgsgeschichten von Start-ups und großen Marken. Seine Themen sind dabei unter anderem die Zukunft der Markenbildung und die Idee des vertikalen Einzelhandels.



GERMANY Sept 11-13 .19



Nachhaltigkeit und Einzelhandel

Nachhaltigkeit ist in der Bekleidungsindustrie seit einiger Zeit ein beliebtes Schlagwort. Aber was bedeutet Nachhaltigkeit für den Einzelhandel? **Gerwin Leppink**, Europarepräsentant bei Worldwide Responsible Accredited Production (WRAP), wird darauf eingehen, wie die Herausforderungen eines nachhaltigen Supply-Chain-Managements oder ungenügender Compliance-Standards zu meistern sind.

Internationale Aussteller. Fokus auf China

Eine breite Palette von Pavillons präsentiert vielfältige Beschaffungslösungen und flexible Fertigungsmöglichkeiten. Im Mittelpunkt wird der „China Textiles Brand Showcase“ stehen, der von der China Chamber of Commerce for Import and Export of Textile and Apparel (CCCT) – der größten Textil- und Bekleidungshandelsvertretung weltweit – präsentiert wird.

Hochrangige Vorträge, Seminare und Panels

Während der Messe werden hochrangige Entscheidungsträger aus Industrie und Politik über aktuelle Trends der Textilwirtschaft referieren und diskutieren. Themen werden unter anderem die Zukunft der Wertschöpfungskette im Hinblick auf zunehmende Digitalisierung und internationale Handelsstrategien sein.

Sourcing-Bereich für Schuhe

Der Sourcing-Bereich für Schuhe wird auf der Messe 25 Anbieter umfassen. Er stellt Deutschlands größte zentrale Möglichkeit für die Beschaffung von Schuhen dar. Die Hersteller bieten Komplettlösungen mit vorgefertigten Mustern, anpassbaren Materialien und Sohlenoptionen an. Auch ermöglichen sie den Einkäufern eine Zusammenarbeit während des gesamten Kreativprozesses.

Matchmaking-Plattformen

Während der Messe werden die Matchmaking-Plattformen Manufacturer.com und TopTenWholesale.com den Dialog von Marken und Einzelhändlern mit den Ausstellern unterstützen. Die beiden Business-Portale ermöglichen die Recherche nach dem richtigen Partner. Auswahlkriterien sind unter anderem Mindestbestellmenge, Region, Preisgestaltung und Zertifizierungen.



GERMANY Sept 11-13 .19



Messedaten

Apparel Textile Sourcing Germany (ATSG)

Wann: 11. bis 13. September 2019

Wo: The Estrel Conference Center
Sonnentallee 225
12057 Berlin

Registrierungslink für die Teilnahme an der ATSG 2019

Der Eintritt für die ATSG ist frei. Die Registrierung für die ATSG 2019 ist kostenlos und kann über folgenden Link erfolgen:

<https://www.appareltextilesourcing.com/events/germany/attendee/>

Weitere Informationen

<https://www.appareltextilesourcing.com/germany/>

Verbinden Sie sich mit den Messen von Apparel Textile Sourcing

- Twitter: https://twitter.com/ATS_Tradeshow
- Facebook: <https://www.facebook.com/appareltextilesourcing/>
- LinkedIn: <https://www.linkedin.com/groups/7051124/>
- Instagram: https://www.instagram.com/apparel_textile_sourcing/

Über Apparel Textile Sourcing

Apparel Textile Sourcing (ATS) ist das Bindeglied der Bekleidungsindustrie zur gesamten globalen Lieferkette. Ressourcen, Experten und Hersteller kommen aus mehr als 25 Ländern und decken die Bereiche Mode, Bekleidung, Textilien und Beschaffung ab. Neue Quellen, Produkte und Ideen werden durch Wissenstransfer, Modenschauen und Handelsmöglichkeiten lebendig.

Unter der Marke ATS finden mehrere Messen statt:

- ATS Deutschland (Berlin) - 11.-13. September 2019
- ATS Kanada (Montreal) - 23. August 2019
- ATS Kanada (Toronto) - 19.- 21. August 2019
- ATS Miami - Mai 2020

Über JP Communications

JP Communications betreibt das umfangreichste Netzwerk von B2B-Beschaffungsplattformen in den USA. [TopTenWholesale.com](https://www.TopTenWholesale.com) und [Manufacturer.com](https://www.Manufacturer.com) werden von Millionen internationalen Mitgliedern genutzt, um Großhändler und Hersteller zu finden. Jason Prescott, CEO von JP Communications, ist Autor der Bestseller „Wholesale 101“ und „Retail 101“, die im McGraw Hill Verlag erschienen sind.



GERMANY Sept 11-13 .19



Kontakt JP Communications

Apparel Textile Sourcing Germany
JP Communications Inc.
Gail Bergman, GBPR
3414 Garfield Avenue
Commerce, CA 90040
Phone: + 1 (877) 986-1340

Pressekontakt Deutschland

TEMA AG
Stefan Gurda
Telefon: +49 (0)30 89 73 791-15
E-Mail: gurda@tema.de

Dr. Roland Ernst
Telefon: +49 (0)30 89 73 791-17
E-Mail: ernst@tema.de

Bildmaterial



Dateiname: *ATSG_Jason_Prescott_CEO_JP_Communications_001*

Bildunterschrift:

Jason Prescott, CEO JP Communications und Gründer der ATS-Messen

© JPC



Dateiname: *ATSG_Wilson Zhu_COO bei Li & Fung_001*

Bildunterschrift:

Wilson Zhu, COO bei Li & Fung, einem der größten Handelshäuser weltweit mit Sitz in Hong Kong

© Li & Fung