



THERMAL INSULATION

THERMORE S.P.A. IS A MEMBER OF F.I.SI. GROUP

Europa-Geschäft zeigt deutliche Dynamik

- Umsatzwachstum
- Namhafte Neukunden
- Asien-Produktion als Wettbewerbsvorteil

Thermore, der italienische Spezialist für Bekleidungswattierungen mit Hauptsitz in Mailand, hat im vergangenen Jahr deutliche Zuwächse in seinem Europageschäft verzeichnet und plant auch für das laufende Jahr mit einem zweistelligen Umsatzplus. Der Grund sind u.a. namhafte Neukunden sowohl aus dem Sport- wie aus dem Modemarkt, die zur Saison H/W 2007/2008 auf die Markenwattierungen von Thermore setzen, darunter Acne Jeans (SWE), Barbour (GB), Thomas Burberry (GB), Salewa (I), Fjällräven (SWE), Rip Curl (AUS), Closed und Méphisto (F). Schon seit längerem gehören Marken wie Prada (I), Nike (US), Head (D), Marc O'Polo, Hannah (CZ), Red/Green (DK), Bitte Kai Rand (DK) und Zegna Sport (I) zum Kundenstamm. Aktueller Bestseller ist die daunenähnliche weiche Wattierung Ecodown, die zu fünf Prozent aus nachwachsenden Rohstoffen wie Tencel, Ingeo oder auch organischer Baumwolle besteht. Sie wird zum kommenden Winter vor allem in der mittleren Gewichtsklasse von 100 Gramm eingepplant.

Für Peter Mügge, verantwortlicher Sales Manager für Europa, geht es vor allem darum, die Kunden entsprechend der Unternehmensphilosophie langfristig an Thermore zu binden. Der letzte Winter hat dem Verkaufsmanager bewiesen: „Aufgrund unserer Spezialisierung können wir selbst in saturierten Märkten noch Kunden hinzugewinnen.“ Denn obwohl der Winter warm und die Geschäfte mit der Outdoor im Handel schwierig waren, wurden die Geschäfte von Thermore kaum berührt. Grund dafür sei der hohe Modegrad im Sortiment vieler Kunden, die ihre hochwertigen Produkte früh, d.h. noch vor dem eigentlichen Winter abverkauft hätten, erklärt Peter Mügge. Lediglich bei einigen sehr konsumigen und wintersportlastigen Konfektionären sei der Frost- und Schneemangel negativ zu Buche geschlagen.

Weltweit hat die Thermore S.p.a. 2006 ein Umsatzplus von zehn Prozent verbucht und geht entsprechend dem Europageschäft auch für das laufende Jahr 2007 von einem deutlichen Auslandswachstum aus. Neben der Ausweitung des Geschäfts mit bestehenden Kunden und den schon angesprochenen Neukunden im Mittel- und Nordeuropa profitiert Thermore auch von der anhaltenden Verlagerung vieler Bekleidungsproduktionen aus Europa, speziell aus Italien, nach Asien. Thermore kann mit seinen Produktionsstätten in Thailand eine langjährige Erfahrung vorweisen, die sich aktuell als wertvoller Wettbewerbsvorteil erweist. Thermore bietet in Asien die Qualitätssicherheit und Zuverlässigkeit, die die europäische Konfektion aus ihrer Heimat gewohnt ist.

Thermore S.p.a. produziert qualitativ hochwertige Wattierungen nur für die Bekleidungs- und Sportindustrie und ist in dieser Struktur weltweit führend. Entsprechend tief ist das Sortiment der überwiegend aus Polyester bestehenden Thermoisolierungen. Sieben Kategorien in maximal vier Stärken (HL = High Loft, C = Compact, SC = Super Compact, UC = Ultra Compact) und verschiedenen Gewichtsklassen in acht Abstufungen von 40 g/qm bis 200 g/qm bieten Wattierungen für Handschuhe ebenso wie für hochfunktionelle Skijacken. Seit Jahren ist man ökologisch aktiv. So bietet die Kategorie Thermore Sustainable Wattierungen, die zu fünfzig Prozent aus nachwachsenden Rohstoffen wie Tencel, Ingeo oder auch biologische Baumwolle bestehen. Mit Rinnova ist eine Wattierung im Programm, die zu 50 Prozent aus neuem, „jungfräulichem“ Polyester und zu 50% aus recyceltem Polyester besteht.

DER DIREKTE LINK ZU DEM UNTERNEHMEN UND SEINEN PRODUKTEN:

www.thermore.com