

# Es ist wichtig, dass Industrie und Handel näher zusammenrücken

Was die Stimmung betrifft, ist für uns klar: Nur zusammen ist diese Situation durchzustehen. Auch wir können die Unsicherheit bei allen Betroffenen spüren, einen Blick in die Glaskugel gibt es nicht. Dennoch schweift uns diese schwere Zeit zusammen, trotz Abstand und räumlicher Trennung. Wir gehen als Partner:innen gemeinsam den Weg mit unseren Mieter:innen, temporären Mieter:innen und Fachhändler:innen. Der Orderalltag ist geprägt von der Maskenpflicht und der Abstandsregelung; Desinfektionsmittel und aufklärende Banner an unserer Zentralinformation und Showrooms zeigen die Do's and Dont's seit April 2020 auf. Termine nach Vereinbarung sind in der aktuellen Situation unabdingbar und tragen zu einer reibungslosen und sicheren Order bei. Die Einhaltung dieses Konzepts ermöglicht unseren festen und temporären Mieter:innen sowie unseren Facheinzelhändler:innen, das MMC Leipzig weiterhin als Distributions- und Beschaffungsplattform nutzen zu können. Hierfür sind wir sehr dankbar. Aufgrund von Lieferengpässen erlebt unsere Pronto Moda in der ersten Etage einen wirklichen Hype: Die Begehrlichkeit nach einem permanenten Showroom ist trotz der aktuellen Situation groß. Der Stellenwert der persönlichen Kommunikation im Showroom oder auf dem Messestand und die haptische Erfahrbarkeit der Kollektionen bleibt weiterhin Kernbereich der Order, allerdings ergänzt durch virtuelle Elemente und die Einbindung digitaler Arbeitsprozesse.

Es ist wichtig für den B2B-Bereich der Modebranche, dass Industrie und Handel näher zusammenrücken und gemeinschaftlich nach Lösungen suchen. Die Blaupause für eine solche regionale Zusammenarbeit sind hybride Modezentren und die Wieder- bzw. Neuentdeckung der kooperativen Plattformökonomie, die auch zu niedrigen Transaktionskosten führt. Die Institution „Modezentrum“ kann nach Corona sogar eine Renaissance erleben, wenn sie sich zur „Eco-Business-Plattform“ weiterentwickelt, ihre digitalen Hausaufgaben macht und neue Kooperationsformen mit Industrie und Handel lebt. Wir machen unsere Hausaufgaben: Ab Anfang 2022 wird es im MMC Leipzig ein Hybrid Studio geben. Hier können rein digitale als auch hybride Veranstaltungsformate wie zum Beispiel Modenschauen oder Seminare und Workshops aufgezichnet und veranstaltet werden.

Trotz der wichtigen Funktion von Modezentren innerhalb der Wertschöpfungskette steht die Modebranche allgemein und die Intermediärfunktion von Modezentren im Speziellen unter Druck. Für deutsche Hersteller:innen gibt es in den letzten Jahren keine international goudierte Fachmesse auf deutschem Boden mehr. Bedingt durch die Corona-Pandemie wurden zudem alle internationalen Weltaleitmessen abgesagt. Ob große Leitmessen nach der Corona-Pandemie überhaupt noch stattfinden werden und wenn ja, mit welchem Konzept, bleibt aus heutiger Sicht fraglich und beinhaltet für die Messeveranstalter ein hohes Risikopotential. Die generelle Abwendung von globalen Informations- und Kaufreisen zugunsten regionaler Wertschöpfungsketten und Vertriebskanäle rückt wieder verstärkt in den Fokus des Handels – nicht zuletzt auch wegen des mittlerweile sehr hohen Nachhaltigkeitsbewusstseins der Endkund:innen.

Raymond Noorda prägte in den 90er Jahren des 20. Jahrhunderts den Begriff der Coopetition. Dabei stehen Marktteilnehmende einer Branche nicht mehr nur im Wettbewerb (Competition), sondern kooperieren bei Themen, Entwicklungen und Prozessen, bei denen es für alle Beteiligten einen Vorteil bringt – ohne die eigentliche Wettbewerbspositionierung zu gefährden. In der Summe geht es also darum, gemeinsame Lösungen für gemeinsame Herausforderungen zu entwickeln.

Und das ist unser Wunsch für die Branche und für unsere Plattform: Gemeinsam zu neuen Ufern!



Sebastian Bente,  
Plattformmanager  
MMC Leipzig,  
Schkeuditz

”  
Es geht darum,  
gemeinsam  
Lösungen für  
gemeinsame  
Herausforderungen  
zu entwickeln

“

