P R E S S E M E D D E L E L S E

**Modekometen Tonsure har stramt fokus på logistikken**

**Modeugen blev i går skudt i gang med et modeshow af det kun to år gamle modefirma, Tonsure. Bag virksomheden står designeren Malte Flagstad, der sammen med sin medstifter Adam El-Zayat har opnået betydelig succes i udlandet. Virksomheden har fra begyndelsen prioriteret logistikken højt og det har resulteret i et tæt samarbejde med kurerfirmaet DHL Express.**

**Vallensbæk d. 4. februar 2016:** ”Langt de fleste modeskabere ser produktion og vareindkøb som de vigtigste poster i deres virksomhed. Men de overser, hvor vigtig logistikken er og ender med ikke at budgettere med nok penge på den post. Resultatet er, at de enten må prioritere deres forsendelser eller at medarbejderne må flyve rundt med lavprisfly med kollektionerne for at spare lidt her og der. Og det er både ineffektivt og reelt en dyrere løsning, fordi medarbejderne i samme periode kunne have arbejdet for virksomheden,” siger Adam El-Zayat, der er ansvarlig for salg og marketing i Tonsure.

Adam El-Zayats karriere er gennemsyret af mode og det var blandt andet i AIAIAI, der sælger smarte hovedtelefoner, at han lærte hvordan en stram styring af logistikken har en kæmpe betydning for firmaets bundlinje.

Tonsure sælger i dag sine kollektioner via otte udenlandske tøjforretninger i Japan, England og USA og én dansk beliggende på Frederiksberg. Målet for 2018 er at have tøjet ude i lidt under 100 butikker. Netop fordi produktionen i dag er forholdsmæssig begrænset, er det afgørende, at varerne hurtigt kan komme frem til de enkelte butikker.

**Hurtig levering gavner tøjbutikkerne**

”Som lille tøjproducent kommer vi ind mellem de store, når vores tøj skal syes. Det betyder, at vi indimellem kan have halvdelen af en kollektion færdig. Mens vi venter på resten, kan vi med fordel sende den første sending afsted. For jo længere tøjet ligger i butikkerne, jo større sandsynlighed er der for, at det bliver solgt til fuld pris, hvilket jo er i butikkernes interesse,” siger Adam El-Zayat og fortsætter:

”Før finanskrisen kunne designerne vælge og vrage mellem de butikker, som de gerne ville have deres kollektioner ud i. I dag skal man kæmpe om pladsen sammen med designere fra hele verden. Det stiller større krav til os producenter om at imødekomme butikkernes ønsker om hurtige leverancer til tiden og også i små forsendelser, så butikkerne ikke skal lagerføre så meget.”

Kurergiganten DHL Express valgte ved årsskiftet at sponsorere Tonsure med billigere forsendelser — noget som den verdensomspændende virksomhed allerede gør i dag med designeren Anne Sofie Madsen.

”Vi dækker mere end 220 lande verden over og ved, hvilke særregler der gælder for hvert enkelt land. Den viden ønsker vi skal komme virksomhederne i modebranchen til gode, når de vælger at lade os transportere deres varer. Når vi samtidig samarbejder tæt med både Tonsure og Anne Sofie Madsen, så er det for at lære endnu mere om modebranchens krav og ønsker til deres kurerer. Tonsure er allerede kommet med flere gode idéer, som vi netop nu gransker,” siger Susanne Katja Kristensen, der er Marketing Manager i DHL Express.

**For yderligere oplysninger, kontakt venligst:**

Susanne Katja Kristensen, Marketing Manager i DHL Express på telefon: 72 39 73 22.

Adam El-Zayat, Head of Sales & Marketing i Tonsure på telefon: 42 30 41 44. Se evt. nærmere på [www.tonsure.eu](http://www.tonsure.eu).

Evt. billeder kan findes her: <http://www.mynewsdesk.com/dk/dhl-danmark/latest_media>

DHL er verdens førende firma i logistikbranchen. DHL’s mange divisioner tilbyder en uovertruffen portefølje af logistikydelser lige fra national og international levering af pakker, internationale ekspresforsendelser, vej-, luft- og søtransport til supply chain management i industrien. Med flere end 325.000 medarbejdere i over 220 lande og områder over hele verden forbinder DHL mennesker og virksomheder sikkert og pålideligt og sørger for de globale handelsstrømme. Og med specialiserede løsninger til vækstmarkeder og industrier, herunder e-handel, teknologi, life science og sundhedspleje, energi, biler og detailhandel, samt en gennemprøvet forpligtelse til at udvise ansvarlighed og en uovertruffen tilstedeværelse på vækstmarkederne, er DHL i den grad positioneret som “The Logistics company for the world”. DHL er en del af Deutsche Post DHL Group. Den realiserede omsætning var i 2014 på mere end 56 milliarder euro.