
TIMEZONE
Escape Clothing GmbH
Flintsbacher Str.1
83098 Brannenburg
Germany

P +49 (0) 8034 7055 - 0
F +49 (0) 8034 7055 - 101

info@timezone.de
www.timezone.de



ERFA TAGUNG in Heringsdorf Firmenpräsentation TIMEZONE Escape Clothing GmbH

Die Marke TIMEZONE



**REAL
PEOPLE
IN EVERY
TIME
ZONE**

www.timezone.de





TIMEZONE established 1993



- **August 1991** Gründung der “W.Endler Textiltrading GmbH”
- **1993 Umfirmierung** in die bis heute bestehende Vertriebsgesellschaft **Escape Clothing GmbH**
- **1993** gleichzeitig Gründung der Marke **TIMEZONE**
- Heute sind die Produkte von TIMEZONE fast in der ganzen Welt zuhause.
- Die Marke TIMEZONE besteht **seit fast 25 Jahren** unter dem Dach der ESCAPE CLOTHING GmbH
- Die Anfänge hat die Marke in den 90ern im Actionsportsbereich gemacht

DAS TEAM:

- ca. 100 festangestellte Vollzeit-, Teilzeit- und freiberufliche Mitarbeiter
- Die durchschnittliche Betriebszugehörigkeit der Mitarbeiter beträgt 6 Jahre, die der Führungskräfte 9 Jahre
- Die Mitarbeiter sind im Schnitt 36 Jahre alt
- 58% der Mitarbeiter sind weiblich
- Extern sind eine Vielzahl an Handelsvertretern, Agenten und Untervertreter europaweit tätig



Wolfgang Endler – Inhaber & Gründer von TIMEZONE



Zu Wolfgang Endler:

Werdegang

- Jahrgang 1958
- Gelernter Schreiner
- Ex-Surflehrer
- Ex-Importeur diverser Sportswear Marken
- Inhaber & Gründer von TIMEZONE
- Inhaber & Gründer von „Dahoam im Inntal“



Wolfgang Endler, Inhaber & Gründer von TIMEZONE, hatte schon relativ früh in seinem Leben das Bedürfnis, seinen Eingebungen & Ideen in Form von verschiedenen Projekten Leben einzuhauchen.

Eine dieser Ideen, das „rote T“, welches auch an eine Art Lebensbaum erinnert und mit seiner intensiven roten Farbe viel Selbstbewusstsein und Stärke ausdrückt, wurde dann 1993 zur Marke TIMEZONE.

Seit diesem Zeitpunkt hat der Baum viele neue Äste getrieben, schmackhafte Früchte getragen und auch weiteres Saatgut geliefert. Daraus ist z.B. „Dahoam im Inntal“ entstanden, ein Mehrgenerationen Wohnprojekt auf einem riesigen ehemaligen Kasernengelände in Brannenburg im Inntal, auf dessen Gelände seit Ende 2015 auch die Firmenzentrale & Logistik der Marke TIMEZONE zuhause ist.

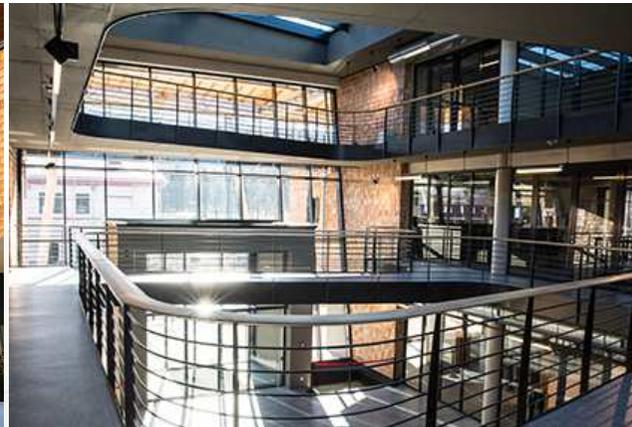
Das TIMEZONE Headquarter



Seit November 2015 ist die Inntalgemeinde Brannenburg die neue Heimat von TIMEZONE.

Die beeindruckenden Fakten zur neuen Firmenzentrale:

10.000 m² Grundfläche
3.000 m² Büroflächen
5.000 m² Logistikfläche



Philosophie



REAL PEOPLE IN EVERY TIMEZONE

TIMEZONE möchte „bekleiden, nicht verkleiden.“ – und das bestenfalls rund um den Globus.

Mit unseren Produkten verfolgen wir den Anspruch, den individuellen Charakter jedes einzelnen Menschen authentisch zu unterstützen und ein guter „Begleiter“ in allen Lebenslagen zu sein – egal wohin die „Reise“ geht - sei es ins Büro, der Wochenendtrip mit Freunden ans Meer oder die große Weltreise.

Dementsprechend ist ein wichtiger Teil unserer Firmenphilosophie, gut durchdachte, haltbare und natürlich schöne & zeitgemäße Produkte anzubieten, mit denen sich die Träger gut angezogen fühlen – egal was kommt.

TIMEZONE steht für ehrliche DENIM & COTTON Produkte. Für aufwendig verarbeitete Jeans, klassische Cargo Pants, coole Shorts & zeitlose Chinos. Ergänzend dazu gibt es T-Shirts, Hemden, Blusen & Tops. Jedes TIMEZONE Produkt hat das gewisse Etwas in Verarbeitung und Design, das den Look der Marke ausmacht.

TIMEZONE macht echte Lieblingsteile!





Die Marke TIMEZONE



*We promise to
create everyday-pieces
for real people*



Die Zielgruppe



Abseits von klassischen Attributen der Zielgruppendefinition, definiert sich der TIMEZONE Kunde anhand seiner Einstellung zu Mode & seinem eigenen Stil.

- lässt sich von Trends inspirieren
- möchte zeitgemäß und praktisch angezogen sein
- folgt nicht der Spitze der Mode
- möchte „echt“ sein.

Wichtige Attribute für die Wahl der Bekleidung:

- Qualität
- Preis/Leistung
- Design
- Passform
- möchte sich einfach wohlfühlen und „passend“ angezogen sein – in jeder Lebenssituation.

Der Kern der aktuellen Zielgruppe ist zwischen 25-55 Jahren alt & gehört der mittleren bis gehobenen Gehaltsschicht an.



eigenständig aktiv authentisch
locker mobil bodenständig selbstbewusst
offen qualitätsbewusst sportfish

Die Produkte



Authentisch & zeitgemäß zugleich

- Alle Produkte werden im eigenem Haus mit viel Liebe zum Detail entwickelt.
- Umsetzung mit langjährig für TIMEZONE tätigen Produktionsstätten.
- Größten Wert legen unsere Designer, Artworker und Techniker darauf, interessante, sowie nicht überladene Styles mit einer authentischen Aussage zu kombinieren und dem Träger die Möglichkeit zu geben, seinen Charakter zu unterstreichen, ohne ihn zu verfälschen.

Der Fokus liegt auf Hosen (Denim & Cotton), wobei TIMEZONE auch in anderen Produktgruppen erfolgreich aktiv ist – sowohl bei Damen als auch bei Herren.

Der Großteil der TIMEZONE Produkte bewegt sich im mittleren Preissegment.



Die Kollektion



Die Kollektion von TIMEZONE umfasst zwei Vororderkollektionen mit jährlich 6 Monatsprogrammen.

Die Vororderkollektionen bestehen aus jeweils einer Men- und einer Women Kollektion.

Diese enthalten ein umfangreiches Programm der Produktgruppen:

- Pants inkl. Shorts >> Denim & Cotton
- Shirts, Sweats, Jerseys & Strick

Hauptsegment jeder Kollektion ist die Kernkompetenz Pants.

Hier sind besonders der Bereich Shorts und Denim Stretch in regulärer Passform als Bestseller hervorzuheben.

Die Größe der Kollektion umfasst je Vororder mit 3 Monatsprogrammen je nach Saison 100 bis 150 Modelle



Stockprogramm



Das Stock Programm von TIMEZONE umfasst, zwei Ausgaben Spring / Summer & Fall / Winter mit jeweils sechsmonatiger Laufzeit.

- Es bietet unseren Kunden zweimal jährlich eine Pants Kollektion (Cotton & Denim).
- Es umfasst je Saison 30 bis 50 Artikel in allen Preislagen.
- Das NOS-Programm enthält sowohl Bestseller der laufenden Vororderkollektion in neuen Waschungen, wie auch neue Modelle.
- Hierzu ist auch unser erstklassiger Service zu betonen!
> Alle Bestellungen die bis 13 Uhr bei uns eintreffen, verlassen noch am gleichen Tag unser Lager in Brannenburg.



Der Vertrieb – Fakten / Overview



Umsatz 2016: 24,0 Mio €

- Men 16,8 Mio. € / 70%
- Women 7,2 Mio. / 30%

Produktgruppen Anteile

- Hosen 84% - ca. 1 Million Hosen pro Jahr!
 - Shorts 15%
 - Hosen (Denim / Cotton) 69%
- Oberteile 16%

Verteilung Vor-/Nachorder

- Vororder 67%
- Lagerware 33%

Händlerstruktur

Stationärer Handel / Umsatzanteil 86%

- | | |
|--|---------|
| • Deutschland Key Accounts (Warenhäuser) | 170 POS |
| • Deutschland Fachhandel | 450 POS |
| • International | 920 POS |

Total : **1.540 POS**

B2C E-Commerce / Umsatzanteil 10 %

- Timezone-shop.de

Outlet / Umsatzanteil 4%

- 3 POS (D x1 / A x 1 / E x 1)

Märkte / Umsatzanteile

- National 57%
- International 43% / ca. 20 Länder
 - Hauptmärkte:
 - Italien
 - Frankreich
 - Russland
 - Schweiz
 - Niederlande

Aktuelle Messen

- Florenz / Pitti Uomo

TIMEZONE Showrooms

- **Düsseldorf** (Plange Mühle 1 / 40221 Düsseldorf)
- **München** (Osterwaldstraße 10 / 80805 München)

Headquarter Showroom

Flintsbacher Str. 1 / 83098 Brannenburg / Germany

Das Marketing



Die Marketingstrategie des Unternehmens konzentriert sich in erster Linie darauf, das Produkt, den Service und das Gefühl der Marke sprechen zu lassen.

Es wird bewusst darauf verzichtet ein künstliches Image zu erzeugen. Sämtliche verkaufsfördernden Maßnahmen, die Öffentlichkeitsarbeit, das Branding, Werbekampagnen und Messeauftritte sind auf dem Prinzip **“Real People in every TIMEZONE”** aufgebaut.

Das Unternehmen verfügt über eine eigene Marketingabteilung, die mit hoher Kreativität daran arbeitet, die Platzierung des Produktes und der Marke querdenkend und dem Zeitgeist entsprechend umzusetzen.

**REAL
PEOPLE
IN EVERY
TIME
ZONE**

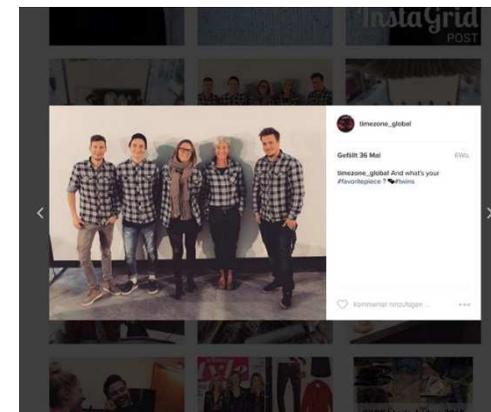
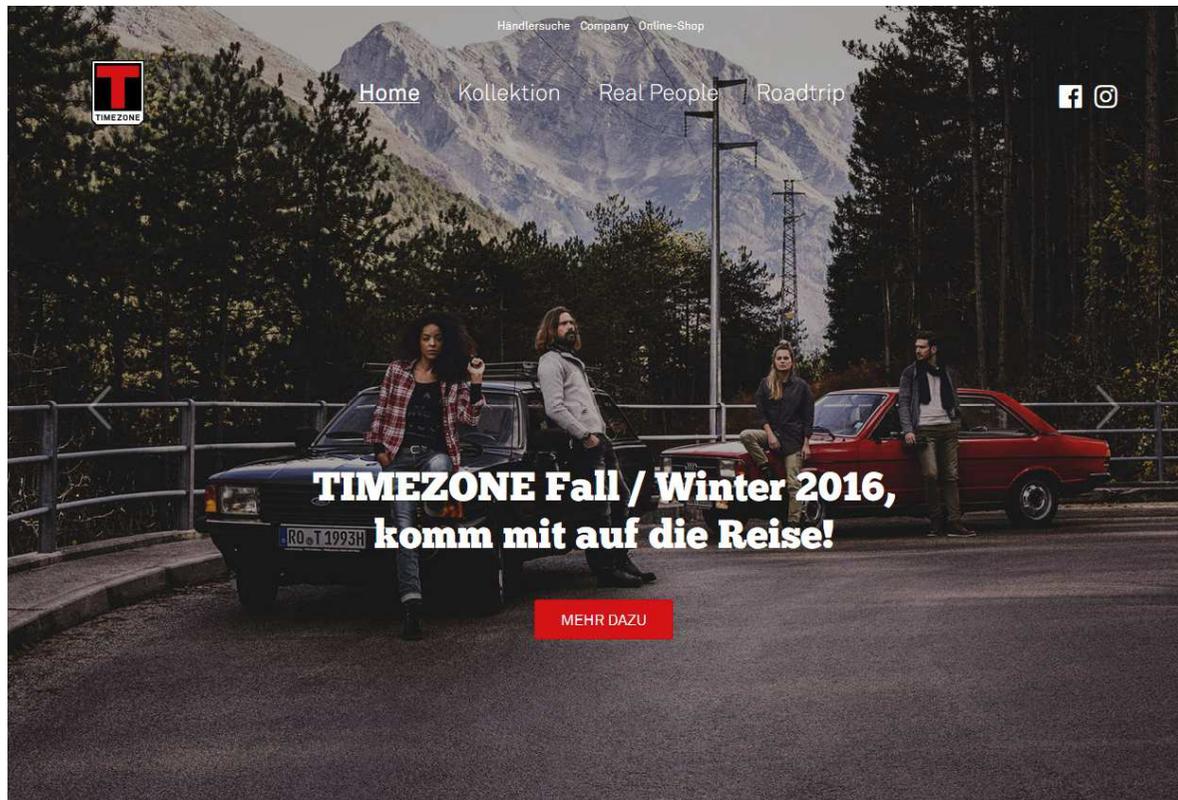


Online Marketing



Website: www.timezone.de

Social Media: Facebook & Instagram







FALL / WINTER 2017
COLLECTION

VISIT US AT PITT! - FLORENCE 10 - 12.01.2017 (BOOTH A18 - HALL ARMERIA)
SHOWROOM DÜSSELDORF (PLANGE MÜHLE 1 / 40221 DÜSSELDORF)
SHOWROOM LÖDENFREY - PARK (OSTERWALDSTREET 10 / 80805 MUNICH)

TIMEZONE.DE

editorial | standpunkt



FALL / WINTER 2017

Selbst Transparenz hat ihre Tücken

Keine Frage: Keinen Unternehmen, die regional sourced und produzieren, fällt es nicht schwer, den Überblick über ihre Wertschöpfungskette zu behalten und Transparenz zu bieten, insbesondere bei grossen Bekleidungsretainern ist es jedoch manchmal schwierig zu erreichen, wie es um jede einzelne Vorstufe – vom Stoff bis zum Knopf – bestellt ist. Söhnen, färben, ausbleichen, weben, nähen – der Weg bis zum fertigen textilen Produkt ist lang. Vieles geschieht im Hintersten Winkel der Welt, wo der eine Subunternehmer den Auftrag übernimmt und unbemerkt an den nächsten weitergeben kann. Diese hohe Komplexität und Intransparenz offenbart in der jüngeren Vergangenheit unterschiedlichen Hersteller, insbesondere für und für. Einige Skandale später weiss jedoch jeder in der Branche, wie angreifbar unübersichtliche und erst recht unsaubere Strukturen machen. Denn trotz Globalisierung bleibt heute kaum noch etwas geheim, einzelne Bilder einzelner Fabriken und verflochten Flüsse durch Tausende Kilometer entlocken die Konsumenten und Konsumentinnen. Daher arbeiten immer mehr Unternehmen daran, Licht in ihre Lieferketten zu bringen. Ein auf jeden Fall lohnenswertes Unterfangen. Transparenz allein ist zwar noch kein Ausweis von Nachhaltigkeit, zeigt aber den Handlungsbedarf auf und senkt das Investitionsrisiko. Strittig wird es bei der Frage, ob und wie diese Anstrengungen dem Endverbraucher gegenüber zu kommunizieren sind. Wer eine «saubere Weste» hat, möchte diese zunehmend auch zeigen.

Die Folge: In puncto Traceability-Systeme könnte es schon bald eine eureselbstverständliche Variante geben wie dies bei Öco- und Fairtrade-Siegeln der Fall ist. Mit allen damit verbundenen Fragen: Welches System ist wie streng und geht wie weit in die Tiefe? Was sagt das Foto einer Nähmaschine oder die Angabe eines Herkunftslandes wirklich über die Arbeitsbedingungen vor Ort aus? Was sind erst zu nehmende und was «Greenwasher»-Lösungen? Und welche Informationen sind welchen Aufwand wert? Es besteht die Gefahr, dass Transparenz neue Intransparenz schafft. Besser als völlig im Verborgenen zu wirken, ist, sie jedoch zu erraten.

Stefanie Hitz
Stefanie Hitz

TMC SHOWROOM GALLERY 05
US Deal GmbH
Thurgauerstrasse 119
8152 Glattbrunn (Optikon)
info@us.deal.com
TIMEZONE.DE



FALL / WINTER 2017





TIMEZONE

Streetstyle Paris

Streetstyle Paris

herrenmode | trends

LAUT UND DEUTLICH!

Logos und Wording stehen für Retro mit 80er Jahre-Feeling sowie für Athleisure und Sport und machen Shirts und Sweats im Herbst 2017/18 zum Must-have.



Logo- und Wording-Details
auf Shirts und Sweats
und in der Werbung

Logo- und Wording-Details
auf Shirts und Sweats
und in der Werbung

Messeauftritt







TIMEZONE

Kampagnenaussage F/S 18



SPRING/SUMMER 2018

Generation Moments

TIMEZONE Kampagnenaussage F/S 18



REAL PEOPLE OF DIFFERENT GENERATIONS



WITH THEIR FAVOURITE PRODUCTS



IN THEIR SPECIAL MOMENTS

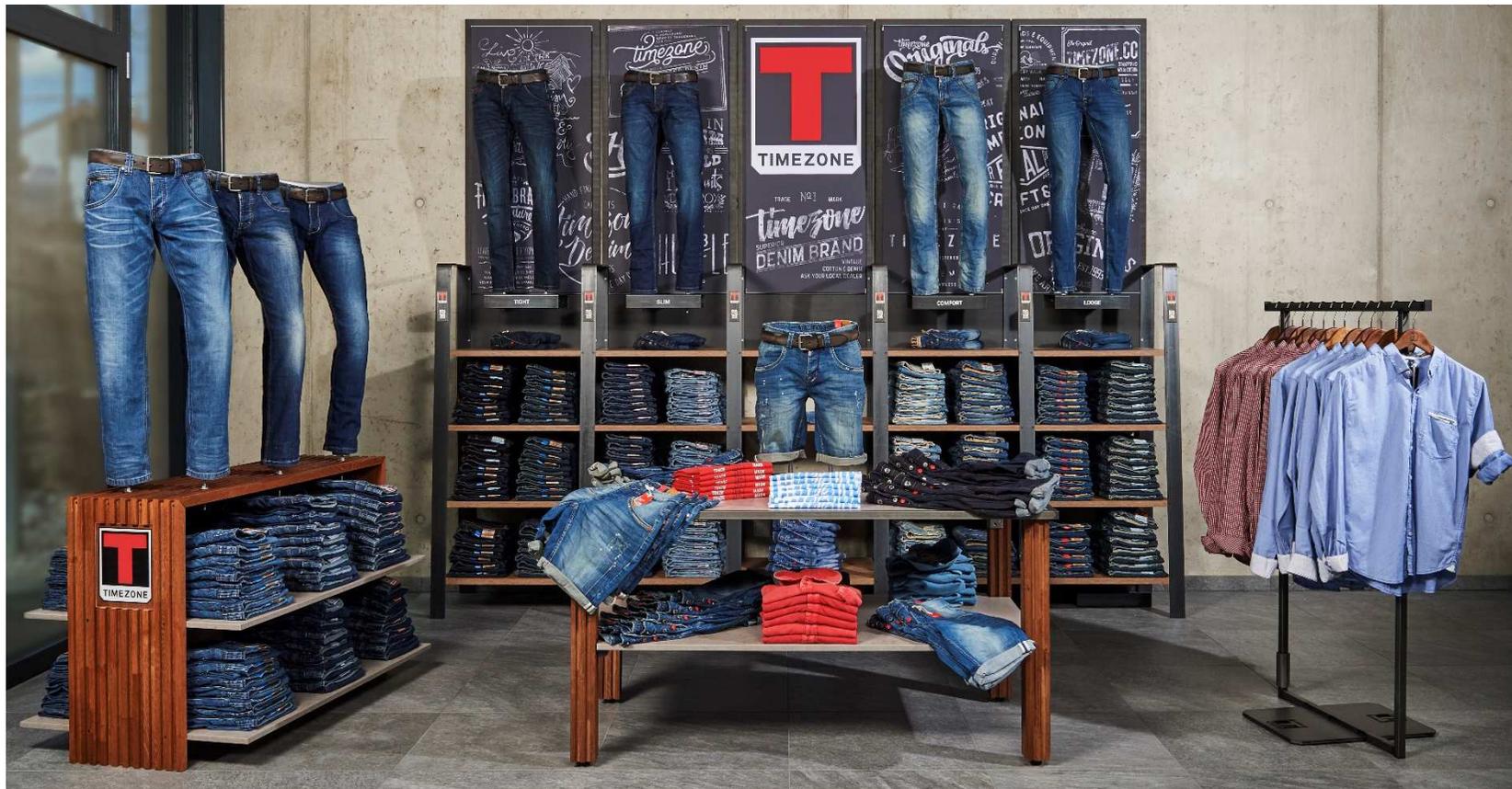




TIMEZONE

auf der Fläche

SHOPFLÄCHE



Shopfläche ca. 16qm (Breite 530cm x Tiefe 300cm)

Bestückung:

Rückwand mit 7-er Einteilung | 2 Tische mit Figuren (P081) | Legetisch

Warenmenge gemäß Photo: 572 Teile



TIMEZONE

Konditionsblatt

TIMEZONE Warensteuerung / Planungstool



WARENWIRTSCHAFTSPLANUNG I. HALBJAHR (Demo Blusen)																													
Abt : 1234 Fil. : XYZ 2015 / I	U M S A T Z						LAGERBESTAND		L U G		P A E (Rabatte)				WE-SUMME (Inv-Differenzen)		BRUTTOGEWINN			ER-SP		LA-SP		WE-SP					
	VJ	Ant. %	Plan	Ant. %	Entw. in %		Vortrag VJ	Pl. Vortrag	VJ per	Plan per	VJ	in %	Plan	in %	VJ	Plan BJ	VJ	Plan	Entw. in %	VJ	Plan	VJ	Plan	VJ	Plan				
TE	TE	TE	TE	TE	TE	1.122.2	1.020.0			TE	in %	TE	in %	TE	TE	TE	TE	TE	TE	TE	70.36	70.22	TE	TE					
Jan	Monat & per	311.0	7.4	317.0	7.3	1.9	900.4	851.2	0.31	0.34	1.2	139.6	31.0	121.2	27.7	228.8	269.4	183.7	187.8	2.2	59.06	59.25	69.38	70.01	69.22	70.03			
Feb	Monat	211.2	5.0	218.0	5.0	3.2					0.9	112.5	34.8	98.6	31.1	314.5	302.4	122.4	124.1	1.4	57.98	56.92			72.21	70.40			
	per	522.2	12.5	535.0	12.3	2.5	891.2	837.0	0.54	0.59	2.2	252.1	32.6	219.8	29.1	543.3	571.8	306.1	311.9	1.9	58.62	58.30	69.21	70.03	70.95	70.22			
Mrz	Monat	196.1	4.7	244.0	5.6	24.4					1.0	14.4	6.9	7.7	3.1	248.2	303.2	136.2	169.0	24.1	69.44	69.28			73.06	70.46			
	per	718.3	17.2	779.0	17.9	8.5	928.9	888.5	0.75	0.87	3.2	266.6	27.1	227.5	22.6	791.5	875.0	442.3	480.9	8.7	61.58	61.74	69.71	70.12	71.61	70.31			
Apr	Monat	225.6	5.4	243.0	5.6	7.7					1.6	1.7	0.7	2.3	0.9	153.6	185.8	157.9	170.0	7.7	69.97	69.96			68.41	69.80			
	per	943.9	22.6	1.022.0	23.4	8.3	855.1	829.0	1.00	1.15	4.7	268.2	22.1	229.8	18.4	945.1	1.060.8	600.2	650.9	8.5	63.58	63.69	69.35	70.01	71.09	70.22			
Mai	Monat	232.7	5.6	252.0	5.8	8.3					2.0	4.7	2.0	5.1	2.0	-66.8	-65.4	131.1	89.8	162.9	175.3	7.6	70.02	69.56		73.02	69.26		
	per	1.176.6	28.1	1.274.0	29.2	8.3	682.0	596.3	1.31	1.52	6.7	272.9	18.8	234.9	15.6	-66.8	-65.4	1.076.2	1.150.6	763.1	826.2	8.3	64.86	64.85	69.73	69.81	71.33	70.14	
Jun	Monat	186.4	4.5	188.0	4.3	0.9					0.7	13.4	6.7	12.0	6.0	-0.4		180.1	156.6	127.8	128.3	0.4	68.59	68.25		68.41	69.88		
	per	1.363.0	32.6	1.462.0	33.5	7.3	661.9	552.9	1.58	1.84	7.5	286.3	17.4	246.9	14.4	-67.3	-65.4	1.256.2	1.307.2	890.9	954.5	7.1	65.37	65.29	69.07	69.70	70.91	70.11	
WARENWIRTSCHAFTSPLANUNG II. HALBJAHR (Demo Blusen)																													
Abt : 1234 Fil. : XYZ 2015 / II	U M S A T Z						LAGERBESTAND		L U G		P A E (Rabatte)				WE-SUMME (Inv-Differenzen)		BRUTTOGEWINN			ER-SP		LA-SP		WE-SP					
	VJ	Ant. %	Plan	Ant. %	Entw. in %		Vortrag VJ	Pl. Vortrag	VJ per	Plan per	VJ	in %	Plan	in %	VJ	Plan BJ	VJ	Plan	Entw. in %	VJ	Plan	VJ	Plan	VJ	Plan				
TE	TE	TE	TE	TE	TE	661.9	552.9			TE	in %	TE	in %	TE	TE	TE	TE	TE	TE	TE	69.07	69.70	TE	TE					
Jul	Monat	183.9	4.4	198.0	4.5	7.7					1.0	60.9	24.9	3.9	68.8	25.8	518.7	689.5	115.6	118.4	2.4	62.88	59.79			69.18	68.56		
	per	1.546.8	37.0	1.660.0	38.1	7.3	935.9	975.6	1.77	2.03	8.5	347.2	18.3	20.1	315.7	16.0	-67.3	-65.4	1.775.0	1.996.7	1.006.5	1.072.9	6.6	65.07	64.63	68.34	68.77	70.40	69.58
Aug	Monat	260.7	6.2	258.0	5.9	-1.0					1.1	49.4	15.9	1.3	48.0	15.7	619.5	620.4	168.3	163.4	-2.9	64.55	63.33			70.18	69.97		
	per	1.807.5	43.2	1.918.0	44.0	6.1	1.245.2	1.290.0	1.98	2.20	9.5	396.7	18.0	21.4	363.7	15.9	-67.3	-65.4	2.394.4	2.617.1	1.174.8	1.236.3	5.2	65.00	64.46	68.79	69.28	70.35	69.67
Sep	Monat	372.2	8.9	382.0	8.8	2.6					1.4	17.9	4.6	3.0	8.1	2.1	727.0	839.5	251.7	263.4	4.7	67.62	68.95			69.88	71.12		
	per	2.179.7	52.1	2.300.0	52.8	5.5	1.582.2	1.739.4	2.22	2.40	10.9	414.5	16.0	24.4	371.8	13.9	-67.3	-65.4	3.121.4	3.456.6	1.426.5	1.499.7	5.1	65.44	65.20	69.21	70.09	70.24	70.02
Okt	Monat	559.2	13.4	569.0	13.1	1.8					2.4	5.4	1.0	2.0	3.8	0.7	547.6	486.8	385.2	398.5	3.4	68.90	70.04			70.17	69.55		
	per	2.738.8	65.4	2.869.0	65.8	4.8	1.565.2	1.653.4	2.65	2.81	13.3	419.9	13.3	26.4	375.6	11.6	-67.3	-65.4	3.669.0	3.943.4	1.811.7	1.898.2	4.8	66.15	66.16	69.55	69.88	70.23	69.96
Nov	Monat	710.8	17.0	708.0	16.2	-0.4					4.0	5.4	0.7	7.0	8.9	1.2	490.8	595.6	494.2	492.8	-0.3	69.53	69.61			70.18	72.27		
	per	3.449.7	82.4	3.577.0	82.1	3.7	1.339.9	1.532.1	3.26	3.36	17.3	425.3	11.0	33.4	384.5	9.7	-67.3	-65.4	4.159.9	4.539.0	2.306.0	2.391.0	3.7	66.85	66.85	69.67	70.77	70.22	70.27
Dez	Monat	736.0	17.6	782.0	17.9	6.3					7.6	24.5	3.2	27.0	33.0	4.0	415.5	293.4	510.7	544.4	6.6	69.40	69.62			75.29	69.90		
	nur II.HJ! per	2.822.7	67.4	2.897.0	66.5	2.6					24.9	0.9	60.4				-67.3	-65.4											
	per	4.185.6	100.0	4.359.0	100.0	4.1	994.8	1.010.5	3.97	4.11	449.8	9.7	417.5	8.7	4.575.4	4.832.4	2.816.7	2.935.5	4.2	67.29	67.34	71.48	70.44	70.68	70.24				

TIMEZONE Warensteuerung / Planungstool



WARENWIRTSCHAFT : PROGNOSE JAHRESERGEBNIS (Demo Blusen)																												
Abt : 1234 Fil. : XYZ 2015 / I	UMSATZ					LAGERBESTAND		LUG		P A E (Rabatte)				WE-SUMME (Inv-Differenzen)		BRUTTOGEWINN			ER-SP		LA-SP		WE-SP					
	VJ	Ant. %	Plan / Ist	Entw.		Vortrag VJ	Ist-Vortrag	VJ	Pl. / Ist	VJ	in %	Plan / Ist	in %	T€	T€	VJ	Plan / Ist	Entw.	VJ	Pl. / Ist	VJ	Plan / Ist	VJ	Plan / Ist				
	T€		T€	in %		1.122.2	994.8	per	per	T€	in %	T€	in %	T€	T€	T€	T€	in %	VJ	Pl. / Ist	VJ	Plan / Ist	VJ	Plan / Ist				
Jan	311.0	7.4	277.4	7.5	-10.8	900.4	796.9	0.31	0.31	1.2	139.6	31.0	0.7	133.8	32.5	228.8	213.3	183.7	164.8	-10.3	59.06	59.41	69.38	70.15	69.22	68.18		
Feb	211.2	5.0	188.3	5.1	-10.8					0.9	112.5	34.8	1.1	102.6	35.3	314.5	331.8	122.4	108.1	-11.7	57.98	57.39			72.21	71.19		
per	522.2	12.5	465.8	12.6	-10.8	891.2	837.9	0.54	0.53	2.2	252.1	32.6	1.8	236.4	33.7	543.3	545.2	306.1	272.9	-10.9	58.62	58.59	69.21	69.77	70.95	70.01		
Mrz	196.1	4.7	191.0	5.2	-2.6					1.0	14.4	6.9	1.0	12.9	6.3	248.2	297.2	136.2	132.1	-3.0	69.44	69.17			73.06	71.26		
per	718.3	17.2	656.8	17.8	-8.6	928.9	931.2	0.75	0.74	3.2	266.6	27.1	2.8	249.3	27.5	791.5	842.4	442.3	405.0	-8.4	61.58	61.67	69.71	69.95	71.61	70.45		
Apr	225.6	5.4	206.2	5.6	-8.6					1.6	1.7	0.7	4.3	5.2	2.4	153.6	101.5	157.9	145.2	-8.0	69.97	70.44			68.41	72.68		
per	943.9	22.6	862.9	23.4	-8.6	855.1	821.4	1.00	0.98	4.7	268.2	22.1	7.1	254.4	22.8	945.1	943.9	600.2	550.2	-8.3	63.58	63.76	69.35	69.97	71.09	70.69		
Mai	232.7	5.6	219.9	6.0	-5.5					2.0	4.7	2.0	3.7	4.6	2.0	-66.8	131.1	-64.5	91.7	162.9	155.1	-4.8	70.02	70.53		73.02	72.27	
per	1.176.6	28.1	1.082.8	29.3	-8.0	682.0	624.2	1.31	1.30	6.7	272.9	18.8	10.8	259.0	19.3	-66.8	1.076.2	-64.5	1.035.7	763.1	705.3	-7.6	64.86	65.14	69.73	70.01	71.33	70.83
Jun	186.4	4.5	161.0	4.4	-13.6					0.7	13.4	6.7	0.8	13.8	7.9	-0.4	180.1	-64.5	114.7	127.8	112.6	-11.9	68.59	69.97		68.41	72.96	
per	1.363.0	32.6	1.243.8	33.7	-8.7	661.9	564.1	1.58	1.56	7.5	286.3	17.4	11.6	272.8	18.0	-67.3	1.256.2	-64.5	1.150.3	890.9	818.0	-8.2	65.37	65.76	69.07	69.89	70.91	71.04
WARENWIRTSCHAFT : PROGNOSE JAHRESERGEBNIS (Demo Blusen)																												
Abt : 1234 Fil. : XYZ 2015 / II	UMSATZ					LAGERBESTAND		LUG		P A E (Rabatte)				WE-SUMME (Inv-Differenzen)		BRUTTOGEWINN			ER-SP		LA-SP		WE-SP					
	VJ	Ant. %	Plan / Ist	Entw.		Vortrag VJ	Pl. Vortrag	VJ	Pl. / Ist	VJ	in %	Plan / Ist	in %	T€	T€	VJ	Plan / Ist	Entw.	VJ	Pl. / Ist	VJ	Plan / Ist	VJ	Plan / Ist				
	T€		T€	in %		661.9	564.1	per	per	T€	in %	T€	in %	T€	T€	T€	T€	in %	VJ	Pl. / Ist	VJ	Plan / Ist	VJ	Plan / Ist				
Jul	183.9	4.4	199.9	5.4	8.7					1.0	60.9	24.9	0.8	39.5	16.5	518.7	632.8	115.6	131.8	14.0	62.88	65.93			69.18	68.74		
per	1.546.8	37.0	1.443.7	39.1	-6.7	935.9	957.6	1.77	1.77	8.5	347.2	18.3	12.3	312.3	17.8	-67.3	1.775.0	-64.5	1.783.2	1.006.5	949.7	-5.6	65.07	65.79	68.34	68.71	70.40	70.22
Aug	260.7	6.2	261.0	7.1	0.1					1.1	49.4	15.9	1.3	40.6	13.5	619.5	604.6	168.3	169.8	0.9	64.55	65.05			70.18	70.28		
per	1.807.5	43.2	1.704.6	46.1	-5.7	1.245.2	1.260.5	1.98	1.97	9.5	396.7	18.0	13.7	352.9	17.2	-67.3	2.394.4	-64.5	2.387.7	1.174.8	1.119.5	-4.7	65.00	65.67	68.79	69.22	70.35	70.24
Sep	372.2	8.9	278.4	7.5	-25.2					1.4	17.9	4.6	1.6	5.1	1.8	727.0	892.7	251.7	191.7	-23.8	67.62	68.87			69.88	70.02		
per	2.179.7	52.1	1.983.1	53.7	-9.0	1.582.2	1.869.7	2.22	2.05	10.9	414.5	16.0	15.3	358.0	15.3	-67.3	3.121.4	-64.5	3.280.5	1.426.5	1.311.2	-8.1	65.44	66.12	69.21	69.57	70.24	70.18
Okt	559.2	13.4	406.7	11.0	-27.3					2.4	5.4	1.0	3.2	4.6	1.1	547.6	513.9	385.2	283.2	-26.5	68.90	69.62			70.17	70.15		
per	2.738.8	65.4	2.389.8	64.7	-12.7	1.565.2	1.972.3	2.65	2.26	13.3	419.9	13.3	18.5	362.6	13.2	-67.3	3.669.0	-64.5	3.794.3	1.811.7	1.594.4	-12.0	66.15	66.72	69.55	69.64	70.23	70.17
Nov	710.8	17.0	527.3	14.3	-25.8					4.0	5.4	0.7	5.0	9.2	1.7	490.8	428.5	494.2	365.4	-26.1	69.53	69.30			70.18	70.66		
per	3.449.7	82.4	2.917.1	78.9	-15.4	1.339.9	1.864.3	3.26	2.59	17.3	425.3	11.0	23.5	371.8	11.3	-67.3	4.159.9	-64.5	4.222.8	2.306.0	1.959.8	-15.0	66.85	67.18	69.67	69.82	70.22	70.22
Dez	736.0	17.6	778.4	21.1	5.8					7.6	24.5	3.2	23.4	83.8	9.7	415.5	234.9	510.7	517.4	1.3	69.40	66.48			75.29	67.78		
nur II.HJ !	2.822.7	67.4	2.451.8	66.3	-13.1					24.9	449.8	9.7	46.9	455.6	11.0	-67.3	4.575.4	-64.5	4.457.8	2.816.7	2.477.2	-12.1	67.29	67.03	71.48	69.48	70.68	70.09
per	4.185.6	100.0	3.695.4	100.0	-11.7	994.8	1.237.1	3.97	3.26	44.9	449.8	9.7	45.6	455.6	11.0	-67.3	4.575.4	-64.5	4.457.8	2.816.7	2.477.2	-12.1	67.29	67.03	71.48	69.48	70.68	70.09

TIMEZONE Warensteuerung / Planungstool



WARENWIRTSCHAFT : "SZENARIO" I. HALBJAHR (Demo Blusen)																									
Abt: 1234 Fil.: XYZ 2015 / I	U M S A T Z				LAGERBESTAND		L U G		P A E				WE-SUMME / INV-DIFF		BRUTTOGEWINN			ER-SP		LA-SP		WE-SP			
	Originalplan T€	Ant. %	Plan neu/Ist T€	Abweichung T€	in %	Planvortrag 1.020.0	Ist-Vortrag 994.8	Original Plan	Pl.neu/ Ist	Originalplan T€	in %	Plan neu / Ist	in %	Orig.Plan T€	Plan neu/Ist T€	Orig.Plan T€	Pl. neu/Ist T€	Abwchg. T€	Original- Plan	Pl.neu/ Ist	Orig.Plan 70.22	Ist-Vortrag 71.59	Orig.Plan	Pl. neu/Ist	
Jan	Monat & per	317.0	7.3	277.4	-39.6	-12.5	851.2	796.9	0.34	0.31	121.2	27.7	133.8	32.5	289.4	213.3	187.8	164.8	-23.0	59.25	59.41	70.01	70.15	70.03	68.18
Feb	Monat	218.0	5.0	188.3	-29.7	-13.6					98.8	31.1	102.6	35.3	302.4	331.8	124.1	108.1	-16.0	56.92	57.39			70.40	71.18
	per	535.0	12.3	465.8	-69.2	-12.9	837.0	837.9	0.59	0.53	219.8	29.1	236.4	33.7	571.8	545.2	311.9	272.9	-39.0	58.30	58.59	70.03	69.77	70.22	70.01
Mrz	Monat	244.0	5.6	191.0	-53.0	-21.7					7.7	3.1	12.9	6.3	303.2	297.2	169.0	132.1	-36.9	69.28	69.17			70.46	71.26
	per	779.0	17.9	656.8	-122.2	-15.7	888.5	931.2	0.87	0.74	227.5	22.6	249.3	27.5	875.0	842.4	480.9	405.0	-75.9	61.74	61.67	70.12	69.95	70.31	70.45
Apr	Monat	243.0	5.6	206.2	-36.9	-15.2					2.3	0.9	5.2	2.4	185.8	101.5	170.0	145.2	-24.8	69.96	70.44			69.80	72.68
	per	1.022.0	23.4	862.9	-159.1	-15.6	829.0	821.4	1.15	0.98	229.8	18.4	254.4	22.8	1.060.8	943.9	650.9	550.2	-100.7	63.69	63.76	70.01	69.97	70.22	70.69
Mai	Monat	252.0	5.8	219.9	-32.1	-12.7					5.1	2.0	4.6	2.0	89.8	91.7	175.3	155.1	-20.2	69.56	70.53			69.28	72.27
	per	1.274.0	29.2	1.082.8	-191.2	-15.0	598.3	624.2	1.52	1.30	234.9	15.6	259.0	19.3	1.150.6	1.035.7	828.2	705.3	-120.9	64.85	65.14	69.81	70.01	70.14	70.83
Jun	Monat	188.0	4.3	161.0	-27.0	-14.4					12.0	6.0	13.8	7.9	156.6	114.7	128.3	112.6	-15.7	68.25	69.97			69.88	72.96
	per	1.462.0	33.5	1.243.8	-218.2	-14.9	552.9	564.1	1.84	1.56	246.9	14.4	272.8	18.0	1.307.2	1.150.3	954.5	818.0	-136.6	65.29	65.76	69.70	69.89	70.11	71.04
WARENWIRTSCHAFT : "SZENARIO" II. HALBJAHR (Demo Blusen)																									
Abt: 1234 Fil.: XYZ 2015 / II	U M S A T Z				LAGERBESTAND		L U G		P A E				WE-SUMME / INV-DIFF		BRUTTOGEWINN			ER-SP		LA-SP		WE-SP			
	Originalplan T€	Ant. %	Plan neu/Ist T€	Abweichung T€	in %	Orig.Pl. 552.9	Plan neu/Ist 564.1	Original Plan	Pl.neu/ Ist	Originalplan T€	in %	Plan neu / Ist	in %	Orig.Plan T€	Plan neu/Ist T€	Orig.Plan T€	Pl. neu/Ist T€	Abwchg. T€	Original- Plan	Pl.neu/ Ist	Orig.Pl. 69.70	Pl.neu/Ist 69.89	Orig.Plan 70.11	Pl. neu/Ist 71.04	
Jul	Monat	198.0	4.5	199.9	1.9	0.9					68.8	25.8	39.5	16.5	689.5	632.8	118.4	131.8	13.4	59.79	65.93			68.56	68.74
	per	1.660.0	38.1	1.443.7	-216.3	-13.0	975.6	957.6	2.03	1.77	315.7	16.0	312.3	17.8	1.996.7	1.783.2	1.072.9	949.7	-123.2	64.63	65.79	68.77	68.71	69.58	70.22
Aug	Monat	258.0	5.9	261.0	3.0	1.2					48.0	15.7	40.6	13.5	620.4	604.6	163.4	169.8	6.4	63.33	65.05			69.97	70.28
	per	1.918.0	44.0	1.704.6	-213.4	-11.1	1.290.0	1.260.5	2.20	1.97	363.7	15.9	352.9	17.2	2.617.1	2.387.7	1.236.3	1.119.5	-116.8	64.46	65.67	69.28	69.22	69.67	70.24
Sep	Monat	382.0	8.8	278.4	-103.6	-27.1					8.1	2.1	5.1	1.8	839.5	892.7	263.4	191.7	-71.7	68.95	68.87			71.12	70.02
	per	2.300.0	52.8	1.983.1	-316.9	-13.8	1.739.4	1.869.7	2.40	2.05	371.8	13.9	358.0	15.3	3.456.6	3.280.5	1.499.7	1.311.2	-188.5	65.20	66.12	70.09	69.57	70.02	70.18
Okt	Monat	569.0	13.1	406.7	-162.3	-28.5					3.8	0.7	4.6	1.1	486.8	513.9	398.5	283.2	-115.3	70.04	69.62			69.55	70.15
	per	2.869.0	65.8	2.389.8	-479.2	-16.7	1.653.4	1.972.3	2.81	2.26	375.6	11.6	362.6	13.2	3.943.4	3.794.3	1.898.2	1.594.4	-303.8	66.16	66.72	69.88	69.64	69.96	70.17
Nov	Monat	708.0	16.2	527.3	-180.7	-25.5					8.9	1.2	9.2	1.7	595.6	428.5	492.8	365.4	-127.4	69.61	69.30			72.27	70.66
	per	3.577.0	82.1	2.917.1	-659.9	-18.4	1.532.1	1.864.3	3.36	2.59	384.5	9.7	371.8	11.3	4.539.0	4.222.8	2.391.0	1.959.8	-431.2	66.85	67.18	70.77	69.82	70.27	70.22
Dez	Monat	782.0	17.9	778.4	-3.6	-0.5					33.0	4.0	83.8	9.7	293.4	234.9	544.4	517.4	-27.0	69.62	66.48			69.90	67.78
	per	4.359.0	100.0	3.695.4	-663.6	-15.2	1.010.5	1.237.1	4.11	3.26	417.5	8.7	455.6	11.0	4.832.4	4.457.8	2.935.5	2.477.2	-458.3	67.34	67.03	70.44	69.48	70.24	70.09

TIMEZONE Warensteuerung / Planungstool



BJ 2016 , Abteilung 1234		Jan 16	Feb 16	Mrz 16	Apr 16	Mai 16	Jun 16	Jul 16	Aug 16	Sep 16	Okt 16	Nov 16	Dez 16	ges. BJ
Umsatz	F/S gesamt lt. Basisplan	19.8	70.1	120.0	126.3	108.2	68.0	61.4	15.0				27.6	616.4
	Lieferanten-Planung	20.0	71.5	121.4	127.5	108.6	71.2	61.6	14.9				27.5	624.2
	Differenz (= "Topf")	-0.2	-1.4	-1.4	-1.2	-0.4	-3.2	-0.2	0.1				0.1	-7.8
	H/W gesamt lt. Basisplan	163.4	95.6			2.1	3.2	35.6	122.5	184.0	278.7	447.7	516.2	1.849.0
	Lieferanten-Planung	163.4	95.6			3.0	3.0	36.0	122.0	173.0	257.5	416.7	477.6	1.747.8
	Differenz (= "Topf")					-0.9	0.2	-0.4	0.5	11.0	21.2	31.0	38.6	101.2
	Std. gesamt lt. Basisplan	146.9	89.3	80.0	87.7	97.8	90.7	101.0	112.5	99.1	122.3	126.3	181.3	1.334.9
	Lieferanten-Planung	146.5	89.5	82.0	89.4	99.0	93.5	101.5	113.2	99.9	123.5	128.0	182.0	1.348.0
	Differenz (= "Topf")	0.4	-0.2	-2.0	-1.7	-1.2	-2.8	-0.5	-0.7	-0.8	-1.2	-1.7	-0.7	-13.1
PAE	F/S gesamt lt. Basisplan					1.0	10.9	33.8	18.6				0.6	64.9
	Lieferanten-Planung					1.0	10.9	33.8	18.6				0.6	64.9
	Differenz (= "Topf")													
	H/W gesamt lt. Basisplan	101.5	107.5			0.1	0.1	0.5	0.5			3.0	69.1	282.3
	Lieferanten-Planung	101.4	107.5			0.1	0.1	0.5	0.5			3.0	60.8	273.9
	Differenz (= "Topf")	0.1											8.3	8.4
	Std. gesamt lt. Basisplan	44.4	49.4	0.2	0.3	0.8	4.3	17.9	17.7	0.3	0.2	0.3	11.0	146.8
	Lieferanten-Planung	50.9	49.4	0.2	0.3	0.8	4.3	17.9	17.7	0.3	0.2	0.3	11.0	153.3
	Differenz (= "Topf")	-6.5												-6.5
WE-VK	F/S Lief.-Plan. inkl. Topf	99.9	203.6	148.5	53.6	14.8	-3.2	-0.2	-0.7	-10.0		30.0	118.2	654.5
	H/W Lief.-Plan. inkl. Topf	-4.5	0.0	-24.1		34.2	58.3	318.9	308.3	498.5	707.5	124.5	39.2	2.060.8
	Std. Lief.-Plan. inkl. Topf	48.1	70.8	92.2	103.7	92.0	95.0	181.8	145.9	145.7	148.5	144.4	63.2	1.331.3
WE-EK	F/S Lief.-Plan. inkl. Topf	30.5	61.8	43.6	15.5	3.9	-1.0	-0.1	-0.2	-3.0		9.2	36.6	196.8
	H/W Lief.-Plan. inkl. Topf	-1.4		-7.3		10.4	17.7	96.5	92.5	147.8	206.0	36.3	11.4	609.9
	Std. Lief.-Plan. inkl. Topf	15.1	22.8	28.6	32.6	30.0	30.7	57.9	46.3	47.4	48.0	47.5	20.7	427.4
WE-SP	F/S Lief.-Plan. inkl. Topf	69.44	69.65	70.62	71.04	73.51	68.00	68.00	72.57	69.80		69.50	69.04	69.93
	H/W Lief.-Plan. inkl. Topf	68.00		69.80		69.60	69.71	69.74	69.99	70.35	70.88	70.88	70.83	70.41
	Std. Lief.-Plan. inkl. Topf	68.65	67.74	69.02	68.58	67.44	67.73	68.17	68.23	67.49	67.69	67.10	67.25	67.89
BG	F/S Lief.-Plan. inkl. Topf	13.8	48.9	83.7	88.3	75.4	45.0	33.0	4.8				19.0	411.9
	H/W Lief.-Plan. inkl. Topf	86.4	36.5			1.4	2.2	24.6	85.9	128.8	195.8	314.7	343.9	1.220.3
	Std. Lief.-Plan. inkl. Topf	88.0	45.6	54.1	59.6	66.4	60.4	62.9	70.6	67.2	83.0	85.2	119.3	862.4
ER-SP	F/S Lief.-Plan. inkl. Topf	69.69	69.72	69.76	69.91	69.69	66.15	53.77	32.18				68.94	66.83
	H/W Lief.-Plan. inkl. Topf	52.89	38.21			68.95	68.59	69.08	70.10	70.01	70.27	70.29	66.61	66.00
	Std. Lief.-Plan. inkl. Topf	59.87	51.07	67.65	67.95	67.92	66.64	62.31	62.76	67.84	67.88	67.46	65.80	64.61
Forecast Bestandsvortrag VK pro Saison (Abt.)		F/S akt./alt		149.0	9.9	H/W akt./alt		565.3	7.5	Standard gesamt		506.6		
(Differenz wird als Vortrag in "Topf" übernommen)		lt. Plan akt./alt		151.5	9.9	lt. Plan akt./alt		556.7	7.5	Lieferanten-Planung		499.3		
		Differenz		-2.5		Differenz		8.6		Differenz		7.3		
Vortrag Dez	1.236.5	Umsatz Ist ges.	339.2											339.2
		PAE Ist ges.	166.9											166.9
		BG Ist ges.	188.2											188.2
		Bestand Ist ges.	1.001.6											
		WE-SP Ist ges.	69.15											#WERT!



25 Jahre TIMEZONE

TIMEZONE
Escape Clothing GmbH
Flintsbacher Str.1
83098 Brannenburg
Germany

P +49 (0) 8034 7055 - 0
F +49 (0) 8034 7055 - 101

info@timezone.de
www.timezone.de



TIMEZONE 25 YEARS JUBILÄUMS-AKTIONEN

25 YEARS JUBILÄUMS-AKTIONEN



2017 PRE JUBILEE AKTIONEN



SEPTEMBER / OKTOBER

WOMEN

1) Slim Tahila 2x | Slim Enya

MEN

2) Slim Eduardo Super Stretch | Regular Eliaz | Regular Harold

3) Cesare & Coast

25 YEARS JUBILÄUMS-AKTIONEN



Anhänger (Medaille) an ausgewählten Aktions - Jubiläumsteilen



VORDERSEITE der Medaille
Bleibt immer fix!



Rückseite 2017
PRE JUBILEE Aktionen



Rückseite 2018
best of 25 years Aktionen

Aktionsnamen 1-4 werden angepasst

RÜCKSEITEN der Medaille

POP UP - AUFSTELLER



Fläche:

L: ca. 1,60 m

B: ca. 1,20 m

H: ca. 1,20 m + Figur

2017 – PRE JUBILEE AKTION



WOMEN:

17-10005-03 Slim Tahila
3235 col. 3672 workman wash



17-10005-03 Slim Tahila
3287 col. 3123 dust blue wash



17-10025-00 Slim Enya
3287 col. 3787 noble blue wash



79,95 €

2017 – “PRE JUBILEE AKTION”



MEN:

27-10002-00
Slim Eduardo Super Stretch
3329 col. 3625 destroy patriot wash



27-10007-00
Regular Eliaz
3287 col. 3738 ink shadow wash



27-10000-01
Regular Harold
3287 col. 3123 dust blue wash



79,95 €

2017 – PRE JUBILEE AKTION

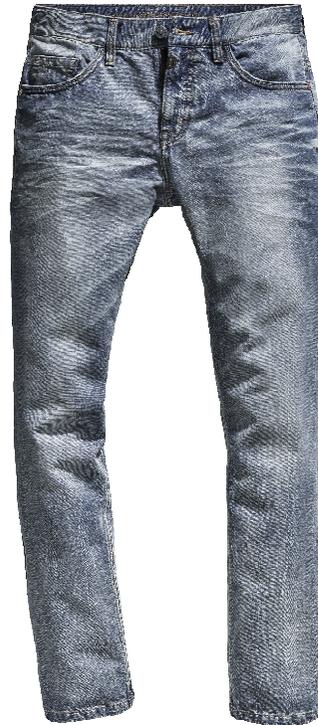


MEN:

27-10054-00
Comfort Cesare
3188 col. 3315 light ink



27-10048-00
Regular Coast
3122 col. 3212 cool wash



27-10048-00
Regular Coast
3188 col. 3892 blue sea wash





KONDITIONEN

2-4 Wochen

Kommission / Rücknahme

Kalk. 2,6 %

Loteinteilung

2er & 4er Längen bei den Herren

2er & 4er Längen bei den Damen



REAL
PEOPLE
IN EVERY
TIME
ZONE

www.timezone.de

TIMEZONE Escape Clothing GmbH / Flintsbacher Str.1 / 83098 Brannenburg Germany
P +49 (0) 8034 7055 - 0 / F +49 (0) 8034 7055 - 101 / info@timezone.de / www.timezone.de
HypoVereinsbank Rosenheim / IBAN: DE46 7112 0077 6210 2514 97 / SWIFT/BIC: HYVEDEMM 448
Managing Director: Wolfgang Endler / Amtsgericht Traunstein, HRB 8062 / UST-IdNr: DE 154 558 421