

# Europa gestaltet eine nachhaltige Zukunft

MIT EUROPÄISCHER BAUMWOLLE

*Pressemitteilung – European Cotton Alliance (ECA)*

**In drei Jahren wurden fast 200 Millionen Europäerinnen und Europäer erreicht: Der Erfolg der EUCOTTON-Kampagne hat den europäischen Baumwollsektor wieder in den Blickpunkt der Öffentlichkeit gerückt**

- Dank einer ehrgeizigen Strategie für Veranstaltungen, Öffentlichkeitsarbeit, soziale Medien und Werbung ist es gelungen, die zu Beginn des Jahres 2022 gesetzten Ziele weit zu übertreffen.
- Die Kampagne richtet sich an Verbraucher und Fachleute der Textilbranche in Deutschland, Frankreich, Italien, Spanien und Griechenland und stellt die hohe Qualität und Nachhaltigkeit europäischer Baumwolle sowie die EUCOTTON-Initiative zur Rückverfolgbarkeit in den Mittelpunkt.

19.12.2024: Zahlreiche Veranstaltungen, Pressemitteilungen, Werbekampagnen und strategisches Networking mit Fachleuten. Im Rahmen der **EUCOTTON**-Kampagne wurde drei Jahre lang intensiv daran gearbeitet, Verbrauchern und Fachleuten aus der Mode- und Textilbranche eine klare Botschaft zu vermitteln: **Europäische Baumwolle ist ein nachhaltiges Qualitätsprodukt**, das in Europa seit Generationen von Tausenden von Landwirten auf umwelt- und sozialverträgliche Weise angebaut wird und nun dank des neuen Rückverfolgbarkeitssystems lückenlos kontrolliert werden kann. Und das Ergebnis kann sich sehen lassen: Fast **200 Millionen Europäerinnen und Europäer** wissen inzwischen um die Vorzüge dieses europäischen Rohstoffs.

Diese von der Europäischen Union finanzierte Kampagne wurde von der **European Cotton Alliance (ECA)** durchgeführt, in der die gesamte Baumwolllieferkette der beiden europäischen Erzeugerländer Griechenland und Spanien zusammengeschlossen ist, und konzentriert sich neben den beiden Herkunftsmärkten auch auf Deutschland, Frankreich und Italien.

Ein Teil der intensiven Kampagne war digital und erreichte über eine Website in sechs Sprachen und eine Social-Media-Präsenz auf Instagram, Facebook und LinkedIn insgesamt mehr als 7,4 Millionen Menschen durch Social-Media-Communities, Werbung und die Zusammenarbeit mit mehr als 200 Influencern.

Ein weiterer Schwerpunkt waren die persönlichen Begegnungen bei **mehr als 25 Veranstaltungen** in den fünf Zielländern, die zum einen im Rahmen der Kampagne selbst organisiert wurden, um die Aufmerksamkeit der Fachöffentlichkeit auf europäische Baumwolle zu lenken, und zum anderen von EUCOTTON gesponsert wurden, wie die **Mediterranean Cotton Roads**, die **Phygital Sustainability Expo in Rom** und die **International Cotton Conference Bremen**. Die im Rahmen

Von der Europäischen Union finanziert. Die geäußerten Ansichten und Meinungen entsprechen jedoch ausschließlich denen des Autors bzw. der Autoren und spiegeln nicht zwingend die der Europäischen Union oder der Europäischen Exekutivagentur für die Forschung (REA) wider. Weder die Europäische Union noch die Bewilligungsbehörde können dafür verantwortlich gemacht werden.

# Europa gestaltet eine nachhaltige Zukunft

MIT EUROPÄISCHER BAUMWOLLE

der Kampagne organisierten Seminare und B2B-Treffen zogen **mehr als 500 Fachleute der renommiertesten europäischen Mode- und Textilmarken an**, und die insgesamt **10 Workshops für mehr als 200 Studierende der Modebranche** führten zu einer kreativen und kontinuierlichen Zusammenarbeit mit angesehenen Hochschulen in den fünf Zielländern.

Hervorzuheben sind auch **zwei Studienreisen**, bei denen die Vertreter einiger der bedeutendsten Unternehmen der europäischen Mode- und Textilbranche **die Baumwollfelder in Griechenland und Spanien besuchten und die Produzenten des europäischen „weißen Goldes“ kennenlernten**.

Darüber hinaus wurden in den drei Jahren der Kampagne 30 Pressemitteilungen in den fünf Zielmärkten sowie drei Videos (in Frankreich, Spanien und Griechenland) veröffentlicht, die die Aufmerksamkeit der Medien und der Fachpresse auf sich zogen. Insgesamt wurden **732 Artikel** über EUCOTTON in den verschiedenen Ländern veröffentlicht, die rund **158 Millionen Europäerinnen und Europäer** erreichten und damit die zu Beginn der Kampagne gesteckten Ziele weit übertrafen.

Zudem wurden **neun Werbekampagnen durchgeführt**: drei Print-Kampagnen (in 20 Zeitschriften der fünf Länder, die 500 000 Personen erreicht haben), und sechs digitale Kampagnen, mit denen insgesamt mehr als 28 Millionen Impressionen erzielt wurden.

All diese Bemühungen haben dazu geführt, dass die europäische Baumwolle wieder die führende Rolle einnimmt, die ihr als **nachhaltiges, sozial verantwortliches und hochwertiges Material** zusteht. Ein Produkt, das zu 100 % aus gentechnikfreiem Saatgut hergestellt wird, und das dank der EUCOTTON-Initiative zur Rückverfolgbarkeit Fachleuten und Verbrauchern absolute Sicherheit über die Herkunft des Produkts bietet.

**Der Präsident der ECA, Antonios Siarkos**, erklärte: *„Die Kampagne war auf europäischer Ebene ein Erfolg und hat dem Baumwollsektor geholfen, sein Image in der Fachöffentlichkeit und bei den Verbrauchern zu verbessern. So können wir auch in Zukunft weitere Fortschritte erzielen und die europäische Baumwolle zu einem Markenzeichen für textile Materialien in der EU zu machen.“*

Weitere Informationen finden Sie auf der folgenden Website: [eucotton.eu](http://eucotton.eu).

Klicken Sie hier, um das Video mit den Ergebnissen der EUCOTTON-Kampagne zu sehen: [https://www.youtube.com/watch?v=PRRve2\\_V3Xo](https://www.youtube.com/watch?v=PRRve2_V3Xo)

## ÜBER DIE EUROPEAN COTTON ALLIANCE

Die **European Cotton Alliance (ECA)** ist ein Verband auf EU-Ebene, der aus der aktiven Zusammenarbeit von Baumwollerzeugern und Industrieverbänden in den europäischen Erzeugerländern entstanden ist. Gründungsmitglieder der Allianz sind die Berufsverbände sowie die Branchen- und Erzeugervereinigungen Griechenlands und Spaniens, die zusammen 100 % des europäischen Baumwollsektors repräsentieren.

Die **EUCOTTON-Kampagne** wurde von der European Cotton Alliance (ECA) ins Leben gerufen, um den europäischen Baumwollsektor stärker ins Licht der Öffentlichkeit zu rücken und seine Nachhaltigkeit und Qualität in den europäischen Zielmärkten bekannter zu machen. Von der Europäischen Union im Rahmen der Verordnung (EU) 1144/2014 kofinanzierte Kampagne – Enjoy it's from Europe.

Von der Europäischen Union finanziert. Die geäußerten Ansichten und Meinungen entsprechen jedoch ausschließlich denen des Autors bzw. der Autoren und spiegeln nicht zwingend die der Europäischen Union oder der Europäischen Exekutivagentur für die Forschung (REA) wider. Weder die Europäische Union noch die Bewilligungsbehörde können dafür verantwortlich gemacht werden.