

## **PRESSEMITTEILUNG**

### **Wanted! The new Bodylook! Stilwelten für ein sinnliches Messeerlebnis**

Die Bodylook hat ihre kreative Rückzugsphase beendet und geht ab kommender Sommerveranstaltung mit einem komplett neuen Gesicht an den Start.

„Progressiv, zeitgemäß und sensitiv – das ist unsere neue Bodylook. Diese Handschrift wird ersichtlich und erlebbar – angefangen bei einem veränderten Logo bis hin zu allen Kommunikationsmitteln und dem Event selbst,“ so Kirstin Deutmoser, Director der Bodylook.

Der Konsument und seine Stilwelten als Ziel jeder Handlung und Aktion von Industrie und Handel stehen im Fokus des neuen Konzeptes. Daraus sind erlebbare Bodylook-Welten entstanden, in denen nationale und internationale Topmarken ihren Platz leicht finden werden. Jede Welt hat ihren eigenen Charakter und ihre eigene Atmosphäre, unterstrichen durch besondere Standbauten und klare Definitionen.

Projektleiterin Angelika Grammozi: „Unseren Ausstellern bieten wir eine attraktive Inszenierung und Story für die Präsentation ihrer Kollektionen. Auf die Besucher wartet ein Ideenpool für alles, was die Sinne anregt.“

Die größte der neuen Welten heißt **Downtown** und spiegelt das wirtschaftliche Zentrum wider, in dem sich der Großteil des Lebens abspielt. Hier befindet sich die Welt der umsatzstarken und einflussreichen Marken. Eine breite Vielfalt an Ausstellern, die anspruchsvoll, qualitätsbewusst, konsumorientiert und etabliert sind, zeigt hier ihre Kollektionen. Durch die klare Struktur im Arenaprinzip mit hohen Standbauten im Außenbereich und niedrigen Bauten und Konzeptständen im Innenbereich zeichnet sich das Erscheinungsbild von Downtown aus.

Auf luxuriöse Kollektionen können sich die Besucher des **Boutique Hotel** freuen. Hier checken hochwertige Marken für gehobene Ansprüche mit glamourösen Elementen und edlen Designs ein. Diskreter Luxus mit einem atmosphärischen Konzeptbereich im Stil eines exquisiten Sternehotels prägen diesen Bereich.

Willkommen auf dem Spielplatz der Kreativität - **Playground**. Hier finden unkonventionelle, progressive und lifestylige Marken eine neue Heimat. Es

# BODYLOOK

ist ein Experimentierfeld für innovatives Denken und Handeln, um Neues auszuprobieren. Die neuartigen Konzeptstände aus Pappmaterial laden zum Ausleben neuer Ideen ein.

Im **Candy Shop** liegt ein Hauch von Verführung in der Luft. Im Kaufladen für die süßen Dinge des Lebens erwarten den Handel attraktive Sortimentsergänzungen von kleinen erotischen Accessoires bis hin zu verführerischen Kollektionen.

Networking, Entspannen und Genießen gleichermaßen ist im **UNION SQUARE** möglich. Der zentrale Platz, der vereint.

Das **Catwalk- und Medienkonzept** wird derzeit überarbeitet. Auch hier darf man sich auf Neues freuen.

Als weiterhin wichtigste internationale Fach-Plattform in Deutschland steht das partnerschaftliche Miteinander für die Bodylook ganz oben. So ist das Einladungsmanagement als Dialog zwischen Messe und Aussteller intensiviert worden.

Besucher der Bodylook erhalten bei frühzeitiger Online-Registrierung einen freien Eintritt. Ein Bodylook-Hotel mit special rates für Besucher und Aussteller kann ab sofort gebucht werden. Das aktualisierte Innovationsforum und die Bodylook-Party für die gesamte Branche runden das Angebot ab.

Zur Zeit stellt das Bodylook-Team sein neues Konzept in mehreren Präsentationsveranstaltungen der Industrie vor. **Zusagen** aus folgenden Häusern liegen bereits vor:

Bad Hersfelder Dessous mit Chantal Thomass, Christian Lacroix, Galliano, Gattina und Kenzo • Bruno Banani • Calvin Klein • Eva B. Bitzer mit Fürstenberg • Glumann • Je suis • Lejaby Group mit Lejaby, Elixir und Rasurel • Maryan Mehlhorn • Premium Bodywear mit Olaf Benz und Manstore • Simone Pérèle • Susa • Riedl • Rösch mit Rösch, Blanche Fleur, CreativeCulture, Daniel Hechter und Féraud Paris

**Tauchen Sie vom 26.-28. Juli 2009, parallel zur CPD, in der Halle 12 des Messegeländes Düsseldorf ein in die Welt(en) der Bodylook. Die internationale Fachmesse für Body-, Beach-, Legwear und Accessoires.**

Düsseldorf, 18. März 2009

# BODYLOOK

Weitere Informationen zu den Aktivitäten des Veranstalters der Igedo Fashion Fairs Düsseldorf, der IGEDO Company, finden Sie auch im Internet unter: [www.igedo.com](http://www.igedo.com)  
Informationen zur CPD unter: [www.cpd.de](http://www.cpd.de)  
Informationen zur HMD unter: [www.herrenmode-duesseldorf.de](http://www.herrenmode-duesseldorf.de)  
Informationen zur Body Look unter: [www.body-look.de](http://www.body-look.de)

**Kontakt:** Modemedia PR&Events - A division of IGEDO Company GmbH & Co. KG, Messeplatz,  
40474 Düsseldorf

Unternehmenssprecher Igedo Company

Thomas Kötter

t +49.211.4396.490

f +49.211.4396.380

e-mail: [koetter@igedo.com](mailto:koetter@igedo.com)

Pressereferentin

Stephanie Muscat

t + 49.211.4396.488

f + 49.211.4396.398

e-mail: [muscat@igedo.com](mailto:muscat@igedo.com)