

## **PRESSEMITTEILUNG**

### Nach kreativer Pause: Bodylook unterstreicht klar ihre führende Rolle in der deutschen Messelandschaft

- + 220 Aussteller und Kollektionen aus 18 Ländern mit dabei
- + Vier Stilwelten schaffen Orientierung und Transparenz
- + Breites Rahmenprogramm liefert Information pur für den Handel

Nach einer Saison kreativer Pause steht die Bodylook – The World of Body and Beach bestens vorbereitet in den Startlöchern. Vom 26. bis 28. Juli begrüßt Deutschlands führende internationale Messe für Wäsche, Lingerie, Strümpfe sowie Bade- und Strandmode die nationalen und europäischen Einkäufer in Düsseldorf. 220 Aussteller und Kollektionen aus 18 Ländern werden dann drei Tage lang auf dem Düsseldorfer Messegelände die Mode für Frühjahr/Sommer 2010 präsentieren. Mit diesen Anmeldezahlen unterstreicht die Bodylook klar ihre führende Rolle in der deutschen Messelandschaft und setzt sich deutlich von anderen Veranstaltungen ab.

Eine ganze Menge hat sich bei der Bodylook verändert. Die Messe hat sich ein komplett neues Gesicht in Erscheinung und Kommunikation gegeben. Progressiver, zeitgemäßer und sensitiver wird die Bodylook sein. Erstmals werden die Stilwelten der Konsumenten als eigenständige Erlebnisbereiche inszeniert. Klare Strukturen sorgen dank der vollständig überarbeiteten Segmente und Ausstellernachbarschaften für eine einfache Orientierung.

„Die Bodylook wird im Juli internationaler Treffpunkt, Get-Together und professionelle Kommunikations- und Informationsplattform zugleich sein. Wir haben uns extrem viele Gedanken gemacht und all das in die neue Bodylook einfließen lassen, was sich Industrie und Handel von einer innovativen Messe wünschen“, erklärt Projektleiterin Angelika Grammozi. „Die komplette Branche darf sich auf eine Bodylook freuen, die frischer und neuer denn je daher kommen wird.“

Und Kirstin Deutmoser, Director der Bodylook, ergänzt: „Im Markt herrscht eine gewisse Verunsicherung, der wir uns mit unserem ganzheitlichen Konzept bewusst entgegenstellen. Die Industrie hat unser Konzept sehr gut angenommen. Die Bodylook ist eine wertvolle Plattform für alle, die ihr Geschäft mit der Wäsche und Bademode machen. Gleichzeitig haben wir Besucherservices und -marketing ausgebaut, um

dem deutschen und internationalen Handel den Besuch so einfach wie möglich zu machen. Es spricht also alles für einen Besuch der Bodylook.“

## **Vier Stilwelten sorgen für Orientierung**

Als Teil des Relaunchs inszeniert die Bodylook vier Stilwelten als eigenständige Erlebnisbereiche in der Halle.

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.

Auf luxuriöse Kollektionen können sich die Besucher des Bereichs **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. Im Bereich **Playground** treffen Einkäufer auf unkonventionelle, progressive und lifestylige Marken. Es 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, Genießen Erleben gleichermaßen ist im **UNION SQUARE** mit angeschlossenem Catwalk möglich. Hier trifft sich die Branche, tauscht sich aus und trinkt mal einen Kaffee zusammen. Der Union Square ist der zentrale Platz, der die Branche auf der Bodylook vereint.

## **Breites Rahmenprogramm liefert Information pur für den Handel**

Traditionell ist es auch das breite Rahmenprogramm, das die Bodylook auszeichnet und dem Handel Orientierung und wichtige Informationen in unruhigen Zeiten bietet: Die **Orderinformation ‚Body & Beach‘** der TextilWirtschaft in Kooperation mit dem Deutschen Modeinstitut fasst am Messe-Sonntag und -Montag um 12.30 Uhr in der Halle 12 die Trends der Saison zusammen. Und auf den mehrmals täglich stattfindenden



**Bodylook-Catwalk-Shows** werden die Trends des nächsten Sommers dann erlebbar. Am Vortag der Bodylook (Samstag, 25. Juli) dreht sich beim **Businessforum** in Kooperation mit Gerber Technology und dem Fachmagazin TM – Fashion Trendmagazin alles um das Thema „Touch the future and look ahead“. Unter Mitwirkung des BTE und dem Gesamtverband der deutschen Maschen-Industrie diskutieren ab 14 Uhr Experten mit Handel und Industrie über die Zukunft des deutschen Wäschemarktes. Ein idealer Kommunikationsraum für die gesamte Branche. Anmeldung zum Businessforum unter <http://www.fashionconsulting.eu/businessforum>.

### **Was Besucher sonst noch wissen sollten**

Für Fachbesucher ist der **Eintritt** bei Vorab-Registrierung unter [www.bodylook.de](http://www.bodylook.de) **kostenlos**. Dort finden Besucher auch alle Informationen über die Sonderkonditionen des offiziellen **Bodylook-Hotels**, den regelmäßigen **Newslettern** und dem **Special der Deutschen Bahn**. Die verschiedenen **Shuttle-Angebote** bringen Besucher der Bodylook schnell und bequem zu allen wichtigen Standorten im Stadtgebiet. Auf der Bodylook-Website steht zudem die **Ausstellerliste** zum Download bereit.

Düsseldorf, 09. Juli 2009

Weitere Informationen zu den Aktivitäten des Veranstalters Igedo Company, finden Sie auch im Internet unter: [www.igedo.com](http://www.igedo.com)

Informationen zur Bodylook unter: [www.bodylook.de](http://www.bodylook.de)

**Kontakt:** Igedo Company GmbH & Co. KG, Messeplatz, 40474 Düsseldorf

Unternehmenssprecher

Thomas Kötter

t +49.211.4396.490

f +49.211.4396.380

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

Pressereferent

Alexander Radermacher

t + 49.211.4396.470

f + 49.211.4396.398

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

Pressereferentin

Stephanie Muscat

t + 49.211.4396.488

f + 49.211.4396.398

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