

PRESSEMITTEILUNG

Gut aufgestellt: 1.450 Kollektionen auf den Igedo Fashion Fairs

+ „Messen als Informationsplattform nutzen“

+ Individualität im Fokus der CPD

+ HMD präsentiert vielseitiges HAKA-Angebot

+ Global Fashion noch internationaler: 320 Aussteller aus 20 Ländern

Gut aufgestellt werden sich die Igedo Fashion Fairs vom 1. bis 3. Februar 2009 auf dem Düsseldorfer Messegelände präsentieren. 1.450 Aussteller und Kollektionen aus 46 Ländern zeigen Anfang Februar in den Hallen 5, 7, 9, 10, 11,12 ihre aktuellen Kollektionen für die Saison Herbst/Winter 2009/2010 auf den drei Messen CPD (Womenswear), HMD (Menswear) und Global Fashion (Beschaffung, Private Label- und Auftragsfertigung). Wie der gesamte Modemarkt auch, bewegen sich die Igedo Fashion Fairs Düsseldorf dabei im Kontext der aktuellen Wirtschafts- und Konjunkturabschwächung.

„Die Situation für den Handel und die Industrie ist derzeit alles andere als einfach“, erklärte Igedo-Geschäftsführer Philipp Kronen. Der Handel dürfe den Kopf jetzt aber nicht in den Sand stecken. Stattdessen müsse er mit innovativen Verkaufsstrategien und neuen Marken die Aufmerksamkeit der Kundschaft auf sich ziehen. „Information und Dialog können in Zeiten wie diesen eine Lebensversicherung sein. Nur wer sich aktiv über die aktuellen Entwicklungen austauscht und sich mit ihnen auseinandersetzt, kann in der Krise die Chance erkennen. Messen sind hier eine leistungsstarke Informations- und Kommunikationsplattform. Auf den Igedo Fashion Fairs Düsseldorf findet der Einkäufer viele Marken, die sein Sortiment aufwerten und zu etwas Besonderem machen. Nur so kann sich der Händler von der breiten Masse abheben“, so Kronen weiter.

Neben zahlreichen Modenschauen auf den Ständen der Aussteller und im Fashion Theatre bietet vor allem wieder die für Messebesucher kostenlose „Order Info“ des Deutschen Mode-Instituts und der Textilwirtschaft am Messesonntag einen fundierten und umfangreichen Ausblick auf die kommende Saison und schafft beim Einkäufer Ordersicherheit.

Individualität im Fokus der CPD

Gradlinig, kompakt und gut aufgestellt startet die CPD vom **1. bis 3. Februar 2009** im Rahmen der **Igedo Fashion Fairs Düsseldorf** in die neue Saison. Mit insgesamt 1.040 Ausstellern und Kollektionen (darunter mehr als 70 neue Marken) bleibt die CPD ein zuverlässiger Impulsgeber für die Branche und leitet die Besucher an allen drei Messetagen kompetent durch die aktuellen Modetrends. Sie bietet die Chance, neue Märkte zu erschließen und Qualitäts-, Preis- und Servicevorteile klar herauszustellen. Neben dem Trendvergleich können Aussteller, Besucher und Branchenexperten die CPD insbesondere für das Exportgeschäft nutzen.

Auf der CPD präsentieren die Modeanbieter die breite Palette der Womenswear von klassisch bis modern über progressiv bis hin zu avantgardistisch. Das kreative Herzstück bildet die neu definierte **„Avantgarde Gallery“** in **Halle 9**. In bester Lage direkt am Eingangsbereich Nord sorgen hier Konzeptstände für ein einheitliches Hallendesign und die optimale Präsentation von mehr als 60 internationalen Kollektionen. Die neue Transparenz der Halle 9 ist dabei wegweisend für die zukünftige Optimierung bei der Gestaltung aller CPD-Hallen. In der Avantgarde Gallery erwartet den Besucher ein exklusiver Kreationen-Mix aus dem In- und Ausland, bei dem jedes Label großen Wert auf Individualität legt und somit jedem Sortiment eine besondere Note verleiht.

Neben namhaften Kollektionen wie Anja Gockel, Beate Heymann, Peter O. Mahler, Anett Röstel, Sarah Paccini oder Ivan Grundahl zeigen auch junge Designer wie die Russinnen Lilia Poustovit und Viktoria Savateeva ihre aktuellen Entwürfe. Erstmals wird die zypriotische Designerin **Kyriaki Costa** aus Nikosia auf der Messe vertreten sein. Ihre Modekreationen richtet sich an Frauen, die sich gerne sexy, sinnlich und elegant kleiden.

Der Bereich **„Boutique“**, ebenfalls in **Halle 9**, reiht sich in die Konzeptstand-Area mit designorientierten Kollektionen ein. Labels wie Lauren Vidal, Cut Loose, Simclan, Vetono, Annikki Karvinen und Elemente Clemente stellen hier aus.

Das **„Forum Accessoires“**, ebenfalls in **Halle 9**, zeigt eine Vielzahl an Premium-Designer-Kollektionen. Von Taschen, Gürteln, Schmuck, Hüte, Schals bis hin zu Schuhen ist alles vertreten. Hochwertige Designerlabels wie Petra Meiren, Owa-Moden, Coeur de Lion und Langani sind hier zu finden.

Einkäufer, die für die laufende Saison noch letzte modische Akzente setzen möchten, werden im Bereich **„Accessories Direct“** in **Halle 7.0** fündig. Hier stellen Anbieter wie Logo, Krikor, Pees, Spiegelbild und Italca ein vielfältiges Sortiment an hochwertigen Modeaccessoires vor.

Im Bereich **„Accessoires Order“** in **Halle 10** sind Marken wie Codello, Passigatti, Fiorelli, Roeckl, Seeberger und Abro vertreten. Auch Neuaussteller Pasa Sport ist mit dabei.

Gehobenen Lifestyle und ausgefallene Kreationen der New Womenswear zeigen internationale Labels im Bereich **„Concept 11“** in **Halle 10**. Die Kollektionen richten sich an junge Frauen, die sich gerne selbst inszenieren und Wert auf ein besonderes Design legen. Wieder mit dabei sind die jungen, spritzigen Labels Espresso aus den Niederlanden oder Peppercorn und Oxmo aus Dänemark. Die deutsche Marke Mauritius, die sich auf Lederkleidung spezialisiert hat, zeigt erstmalig im Bereich Concept 11 ihre innovativen Kollektionen. Darüber hinaus stellen Marken wie Fred Sabatier, Teddy, Pierre Artoff oder Tonickx erstmals auf der CPD aus.

Die Nischensegmente **„Supersize“** und **„Maternity“** präsentieren sich gemeinsam in **Halle 11**. Auf der CPD ist Europas größte Angebotsdichte mit den führenden Supersize-Herstellern vertreten. „Große Größen“ sind ein wichtiges Segment, denn sie bieten Wachstumspotential im Modehandel, sowohl als Anschlussgröße als auch für Spezialanbieter im Nischenmarkt. Etablierte Namen wie Elena Grunert, Chalou, Doris Streich oder Brand stellen im Bereich Supersize aus. Auch junge Kollektionen wie Non Stop, Exelle, Yoek, Mind sind hier vertreten. Im Bereich Maternity zeigen Marktführer wie Noppies, Esprit Maternity, Queen Mum aus den Niederlanden oder Bellybutton aus Deutschland moderne Kollektionen für modebewusste werdende Mütter.

HMD präsentiert vielseitiges HAKA-Angebot

Die HMD präsentiert mit insgesamt 90 Ausstellern und Kollektionen ein vielfältiges HAKA-Angebot. Bekannte Modelabels treffen hier auf trendige Newcomer-Kollektionen, die sich auf dem Fashion-Markt etablieren wollen. Die Angebotspalette reicht von Anzugkollektionen, Hemden, Strickware und Supersize bis hin zu Casual Wear und lässigen, innovativen Styles.

Mit der HMD ist es der Igedo Company einmal mehr gelungen, den Markt in all seinen Facetten abzubilden und den Erfordernissen der Branche zu entsprechen. Besonders Exportkunden nutzen die Messe, um das gesamte Sortiment an einem Ort einzukaufen.

Neu ist auch der Standort der HMD: Das aktuelle HAKA-Angebot wird diesmal direkt am Fashion Theatre in **Halle 12** präsentiert. Damit rückt die HMD noch näher an die CPD und das Fashion Theatre heran.

Die **„Galleria Uomo“** mit ihrem exklusiven Hallendesign hält hochwertige Designermode und zahlreiche italienische Labels mit exquisiter Herrenmode für die Einkäufer bereit. Internationale Firmen wie MG Boy's oder der Hemdenspezialist Camiceria Lucy bieten Kollektionen im hochpreisigen Herrensegment.

Wieder auf der HMD vertreten ist die Firma Dorani, diesmal mit dem neuen, jungen Label DU4, das in dieser Saison vorwiegend modische Hemden mit Zweiknopfkragen anbietet. Hajo-Strick, Spezialist für lässige Freizeitmode, und die Firma Ferkinghoff, der Experte für Anzüge und Sakkos, dürfen auf der HMD auch nicht fehlen.

Aber auch zahlreiche Neuaussteller präsentieren ihre innovativen Kreationen. Living World bietet Menswear in vielen Facetten, von sportlich-casual bis hin zu klassisch-eleganter Anzugmode. Der Strick-Spezialist Maglifico Carnevale ist mit den beiden Labels Carnevale und Cashmere auf der HMD vertreten. Ein weiterer Newcomer ist die portugiesische Firma Acorfato, die trendige und lässige Anzugmode für den modebewussten Mann zeigt.

Global Fashion noch internationaler: 320 Aussteller aus 20 Ländern

Die Global Fashion zählt weiterhin zu den wenigen internationalen Top-Adressen für das internationale Beschaffungsmanagement. Europas Leitmesse für Beschaffung, Private Label- und Auftragsfertigung präsentiert mit 320 Ausstellern aus 20 Ländern ein umfassendes Produkt- und Warenangebot. Die Aussteller kommen aus Ägypten, Bangladesch, Bulgarien, Deutschland, Großbritannien, Indien, Italien, Kanada, Lettland, Litauen, Macao, Marokko, Nigeria, Pakistan, Panama, Portugal, Serbien, Taiwan, Ukraine und der Volksrepublik China (inklusive Hongkong).

Positiv hat sich seit seiner Einführung im Juli vergangenen Jahres der Bereich **„Global Exclusive“** entwickelt. Ausgesuchte Produzenten aus Ägypten, Bulgarien, Großbritannien, Lettland, Portugal, der Ukraine und anderen Ländern präsentieren sich hier in einem hochwertigen Ambiente. Mit von der Partie sind unter anderem Brandsmile aus Bulgarien, ein Hersteller hochwertiger Damenoberbekleidung; Marco Apparel aus Großbritannien, ein bei den weltweit größten Einzelhandelsunternehmen etablierter Anbieter von Damenmode; der Jeansspezialist El Halal aus Ägypten oder auch Sia Ljuvek aus Lettland mit funktionellen, wetterfesten Daunenjacken und Hosen. Allen Ausstellern im Segment „Global Exclusive“ gemein sind ein qualitativ hochwertiges Produktangebot, kurzfristige Lieferfähigkeit und vor allem auch die Bereitschaft, geringe Ordermengen zu akzeptieren.

Aufgewertet wird der Bereich „Global Exclusive“ erstmals durch Unternehmen aus Serbien und Marokko. Beide Länder feiern auf der Global Fashion ihre Premiere. Die sechs serbischen Aussteller produzieren allesamt Damen- und Herrenbekleidung und möchten durch kurze und flexible Lieferzeiten, Offerten mit wettbewerbsfähigen Preisen und einem attraktiven Preis-/Leistungsverhältnis, guter Qualität durch eine Unternehmensausstattung mit modernster Technologie und Personal mit großem Know-how bei den Einkäufern aus Industrie und Handel punkten.

Und auch die marokkanischen Anbieter möchten auf der Global Fashion auf sich aufmerksam machen: So offeriert Cabilux beispielsweise fast die gesamte Bekleidungsauswahl – von Nachtwäsche über Homewear bis zur Damen-, Kinderoberbekleidung und Herrensportswear. Dounitex hat sich auf Hemden und Blusen spezialisiert, ergänzt durch Pyjamas und Corporate Clothing. Mit 10.000 Teilen Fertigungskapazität pro Tag ist Interlinge zum einen ein längst eingeführter Lieferant europäischer Wäsche- und Dessousmarken, zum anderen aber auch Spezialist für die Herstellung von Nischenprodukten wie Umstandsmode, Sportswear oder auch Swimwear. Sportswear und Funktions-/Schutzbekleidung/Schutzwesten können die internationalen Einkäufer bei Vetwear finden.

Neben dem gewohnt breiten Warenangebot der Global Fashion darf aber auch die Information nicht zu kurz kommen: Immer wieder ein gut besuchtes und überaus informatives Highlight der Global Fashion ist das Seminar der Hermann Fuchslocher Unternehmensberatung. Im Mittelpunkt dieser Veranstaltung am Montag, 2. Februar 2009, von 16.30 bis 17.30 Uhr in der Global Fashion Lounge, stehen brandaktuelle Informationen über die Absatzchancen in Europa.

Hermann Fuchslocher wird unter dem Titel „European Volume Market – New Entry Opportunities“ umfassende Daten und Fakten zu den wichtigsten Erfordernissen und Gegebenheiten europäischer Industrie- und Handelsabnehmer aufzeigen und potenziellen Lieferanten aus dem außereuropäischen Raum wichtige Tipps geben, wie sie den Wünschen der Abnehmer am besten Rechnung tragen können. Das Seminar wird in englischer Sprache durchgeführt.

Düsseldorf schafft Synergien

Ein wichtiger Schlüssel des Düsseldorfer Wegs ist die Herausarbeitung von Synergien für den Handel. Vor allem Vollsortimenter ziehen einen deutlichen Nutzen aus diesem komprimierten und umfassenden Überblick an einem Ort. Philipp Kronen: „Die Zeit und das Budget der Einkäufer in der sowieso schon kurzen Orderphase ist sehr begrenzt. Kein Händler möchte erst dutzende Messen und Showrooms besuchen, bis er einen repräsentativen Überblick hat. Der Wunsch nach einer kompakten, Segment übergreifenden Informations- und Orderplattform ist heute größer denn je. Hier bieten wir dem Markt eine leistungsfähige Plattform.“

Durch diese Ausrichtung stärken die Igedo Fashion Fairs Düsseldorf als Informations- und Beschaffungspool auch ihre Funktion als Exportmotor. Vor allem Einkäufer aus Osteuropa reisen vermehrt und gerne nach Düsseldorf, um dort ihre Order zu platzieren – Tendenz steigend. Für international ausgerichtete Marken sind die Igedo Fashion Fairs neben ihren Showrooms somit ein guter Platz, neue Kunden zu treffen. Mit der klaren Profilierung unterstreicht die Igedo Company ihren Anspruch, der Branche als zuverlässiger und berechenbarer Partner zur Seite zu stehen.

Insgesamt werden auf den **Igedo Fashion Fairs Düsseldorf** vom 1. bis 3. Februar 2009 insgesamt 1.450 Aussteller und Kollektionen aus 46 Ländern ihre aktuellen Kreationen für die Saison Herbst/Winter 2009/2010 präsentieren.

Düsseldorf, 14. Januar 2009

Alle Aktivitäten des Veranstalters der Igedo Fashion Fairs, der Igedo Company, finden Sie auch im Internet unter: www.igedo.com
Informationen zur CPD unter: www.cpd.de
Informationen zur HMD unter: www.herrenmode-duesseldorf.de
Informationen zur Global Fashion unter: www.igedo.de/IGEDO/website/deutsch/global

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

Pressereferentin

Sabine Wygas

t + 49.211.4396.470

f + 49.211.4396.398

e-mail: wygas@igedo.com

Pressereferentin

Sandra Strzeletz

t +49.211.4396.426

f +49.211.4396.373

e-mail: strzeletz@igedo.com