

## **PRESSEMITTEILUNG**

### **13. CPM – Collection Première Moscow zeigt Stärke**

#### **Mehr als 16.200 Einkäufer auf Osteuropas führender Modemesse**

Die Modewelt blickte in den vergangenen vier Tagen gespannt nach Moskau, wo die am Mittwoch (6. bis 9. September) zu Ende gegangene 13. **CPM – Collection Première Moscow** als Stimmungsbarometer die gegenwärtige Situation im russischen Bekleidungsmarkt abbilden sollte. Und das Fazit fiel für die Beobachter und Teilnehmer überraschend aus: Die CPM ist viel besser gelaufen, als von allen erwartet. Insgesamt mehr als 16.200 Einkäufer (September 2008: 18.500, Februar 2009: 16.100) aus Russland sowie der gesamten GUS besuchten Osteuropas führende internationale Modefachmesse auf den Expocentr Fairgrounds in Moskau. Rund 1.000 Brands aus 31 Ländern hatten die CPM als Plattform genutzt, um ihre Mode für Frühjahr/Sommer 2010 vorzustellen. Das präsentierte Angebot war gewohnt vielfältig: Damen-, Herren- und Kindermode, Lingerie, Leder- und Pelzbekleidung, Braut- und Abendmode, Young Fashion, Freizeitmode sowie Accessoires konnten die Einkäufer auf der CPM ordern. Fast alle Aussteller fuhren am Mittwoch mit einem guten Gefühl nach Hause. Denn nicht nur die Besucherzahl hat sich im Vergleich zur Vorveranstaltung gehalten. Vor allem die Qualität der Einkäufer hat sich noch einmal deutlich verbessert.

„Es ist für fast alle Aussteller hier im deutschen Pavillon besser gelaufen, als erwartet“, fasste Vladimir Gul, Geschäftsführer der Gul Handels GmbH (vertritt Marken wie Passigatti, Milestone, Rosner oder Gelco), den Messeverlauf zusammen. „Die Stimmung war deutlich positiver als noch im Februar. Viele Einkäufer haben sogar nach Lagerware gefragt, weil sie kurzfristig Ware für ihre Geschäfte brauchen.“ Ähnlich bewertete Carla Korn, Geschäftsführerin Steilmann Osteuropa (unter anderem Marken wie Apanage, Kapalua und Stones) den Messeverlauf: „Wir hatten bereits nach zwei Tagen unser Messeziel erreicht. Die Situation im russischen Bekleidungsmarkt ist sicherlich noch sehr angespannt, aber längst nicht mehr so düster und hoffnungslos wie noch vor einem halben Jahr. Es scheint wieder langsam aufwärts zu gehen.“ Und Stephan Brunnsteiner vom spanischen Label Mayoral ergänzt: „Vor allem der zweite und dritte Tag der CPM ist für uns super gelaufen. Wir haben viel mehr Kontakte als im

Februar gemacht und sind in jedem Sinne sehr zufrieden mit dem Verlauf, wenn man die Rahmenbedingungen in Betracht zieht.“

„Mit den mehr als 16.200 Besuchern erreichen wir unsere Zielgruppe im russischen Markt zu annähernd 75 Prozent. Das heißt: Für drei von vier möglichen Einkäufern ist die CPM eine wichtige Informations- und Orderplattform“, erklärte Igedo-Geschäftsführer Philipp Kronen. „Vor allem aus dem Süden Russlands, der Ural-Region und aus Sibirien sind dieses Mal deutlich mehr Einkäufer gekommen.“ Kronen zeigte sich zuversichtlich, dass die CPM im Februar wieder auf Wachstumskurs gehen werden. „Wir haben Gespräche mit Verbänden geführt, die die Fläche für ihre Aussteller zum Teil deutlich vergrößern möchten. Für deutsche Aussteller hat der Bund zudem seine Beteiligung im Rahmen des Auslandsmesseprogramms wieder zugesichert, so dass wir auch hier mit der Rückkehr zahlreicher Brands rechnen.“

„Die CPM hat wunderbar gezeigt, wie sehr Messen Impulsgeber für eine ganze Branche sein können. Neben dem Business standen die Information und das Gespräch ganz klar im Fokus der Messe“, fasste Projektleiter Christian Kasch den Messeverlauf zusammen. „Neben dem Austausch auf den Ständen wurde unser Seminarprogramm extrem gut von unseren Besuchern angenommen.“ Die CPM habe es zudem geschafft, die Branche in der aktuellen Wirtschaftssituation an einem Platz zusammenzuführen. „Von dieser starken Präsenz haben am Ende alle profitiert“, so Christian Kasch weiter.

Die **CPM – Collection Première Moscow** gilt als die wichtigste Branchenplattform für die osteuropäische Modebranche. Im September 2003 mit 350 Marken und 7.500 Besuchern an den Start gegangen, haben sich diese Zahlen seitdem vervielfacht. Die Entwicklung der Messe zeigt, wie wichtig die CPM für die Einkäufer ist, die auf der Suche nach neuen Distributionspartnern für den osteuropäischen Markt sind, die Messe darüber hinaus jedoch auch als Ideenpool und Inspirationsquelle oder auch zur Pflege bereits bestehender Kontakte nutzen.

Die 14. Auflage der **CPM – Collection Première Moscow** findet vom 24. bis 27. Februar 2010 auf den Moskauer Expocentre Fairgrounds statt.

Weitere Informationen zur **CPM – Collection Première Moscow** sowie zu allen anderen Aktivitäten der Igedo Company finden Sie im Internet unter:

[www.igedo.com](http://www.igedo.com)

[www.cpm-moscow.com](http://www.cpm-moscow.com)

[www.cpm-moscow.ru](http://www.cpm-moscow.ru)

Düsseldorf, 09. September 2009

Kontakt:

Igedo Company GmbH & Co. KG, Messeplatz, 40474 Düsseldorf

Unternehmenssprecher

Pressereferentin

Thomas Kötter

Stephanie Muscat

t +49.211.4396.490

t + 49.211.4396.488

f +49.211.4396.380

f + 49.211.4396.398

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

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