

PRESSEMITTEILUNG

Zehnte CPM – Collection Première Moscow endet mit sieben Prozent Besucherplus

Einkäufer aus den russischen Region besuchen verstärkt Osteuropas führende Modefachmesse

Ein Viertel mehr Aussteller und Kollektionen, 16 Prozent mehr Ausstellerfläche, sieben Prozent mehr Besucher und eine gute, geschäftige Stimmung in den Hallen. Die am Freitag zu Ende gegangene zehnte Auflage der CPM – Collection Première Moscow (26. bis 29. Februar) hielt auf ganzer Linie, was man von einem Jubilar erwarten kann. Nach vorläufigen Angaben des Düsseldorfer Veranstalters Igedo Company besuchten über 18.000 registrierte Einkäufer Osteuropas führende Modemesse und informierten sich über die rund 1.500 präsentierten Aussteller und Kollektionen der Saison Herbst/Winter 2008/2009. Fast jeder Fünfte von ihnen kam aus dem Ausland, vor allem aus den angrenzenden GUS-Staaten (alle Vergleichszahlen bezogen auf Vorjahresveranstaltung Februar 2007).

Gut zwei Drittel der im Rahmen einer repräsentativen Erhebung befragten Aussteller gab an, nochmalig eine klare Professionalisierung auf Einkäuferseite festgestellt zu haben. Über 70 Prozent der Einkäufer auf der CPM waren Orderentscheider. Rund 40 Prozent der Besucher kamen aus Moskau und dem Moskauer Umland, 60 Prozent aus dem übrigen Russland und den angrenzenden osteuropäischen und zentralasiatischen Staaten. Vor allem aus den Regionen um Sankt Petersburg, Nizhny Novgorod und dem ostsibirischen Khabarovsk verzeichnete die CPM überdurchschnittliche Besucherzuwächse.

„Der russische Modemarkt und mit ihm die CPM entwickeln sich weiterhin sehr dynamisch. Dies spiegelt sich in der Rekordbeteiligung an der zehnten CPM und dem sich abzeichnenden weiteren Wachstum in allen Segmenten wider“, erklärte Igedo-Geschäftsführer Frank Hartmann am vierten und letzten Messetag. „Die Stimmung in den Messehallen war wieder ausgezeichnet, auf den Ständen wurde intensiv gearbeitet. Die CPM hat ihre Rolle als führende Modefachmesse Osteuropas eindrucksvoll unterstrichen und noch weiter ausgebaut“, so Frank Hartmann weiter.

Für fachhandelsstarke Marken und internationale Brands wie Bäumler, Bugatti, Casa Moda, Daniel Hechter, Gardeur, Lerros, Otto Kern, Roeckl oder die Steilmann-Gruppe zählt die CPM zu den gesetzten Terminen der Ordersaison. Aber auch Marken wie Attila, Bertolo Cashmere, Caramelo, die Claire Group, Crea Concept,

Didier Parakian, Fontanelli, Fuego, Grinvest, Kaffe & Cream, Matex, Nümph, Trapper oder Tricot Chic erreichen durch ihre Präsenz auf der CPM – Collection Première Moscow neue Einkäuferzielgruppen aus der gesamten GUS. Der unverminderte wirtschaftliche Aufschwung und der konsumtive Nachholbedarf in der Bevölkerung ziehen vor allem das Interesse der ausländischen Modelabels auf den russischen Markt.

„Die CPM hat sich längst als feste Plattform für das Modebusiness in Russland durchgesetzt“, so Jack Geula von der Frankfurter Agentur Muschel, die mit Marken wie Bogner Jeans, Lagerfeld, Barutti, Joker Jeans oder Guy Laroche auf der CPM vertreten war. „Die gute Frequenz qualifizierter und lernbereiter Partner eröffnet ein beeindruckendes Potenzial für Geschäftsanbahnung und den erfolgreichen Absatz auf dem gesamten russischen Markt.“

„Fast drei Viertel der Einkäufer treffen auf der CPM – Collection Première Moscow ihre wichtigste Orderentscheidung für die kommende Saison“, ergänzte CPM-Projektleiter Christian Kasch. „Viele von ihnen besuchen auch die großen Modemessen in Düsseldorf. Aber vor allem für Einkäufer aus den Regionen mit ihren vielen Millionenstädten wird die CPM auf Grund der leichten Erreichbarkeit und den nicht vorhandenen Sprachbarrieren immer interessanter.“

Eine zufrieden stellende Premiere feierte neben dem Bereich ‚CPM – Accessories & Shoes‘ auch das Segment ‚CPM Store Concept‘, das den wachsenden Markt der Flächensysteme in den Fokus rückt. Die ‚CPM Store Concept‘ bot erstmals einen Marktplatz für Systemanbieter aus Industrie und Handel, die mit bestehenden oder neu zu akquirierenden Fachhandelskreisen Flächenbewirtschaftungssysteme verwirklichen möchten. „Wir haben auf der CPM sehr gute Kontakte zu Shopping Centern, Entwicklern und potenziellen Kunden aus ganz Russland und den Nachbarländern knüpfen können“, fasste Stephan Wölfer, Area General Manager Central Eastern von Triumph, den Messeverlauf zusammen. „Aus Samara, Jekatarinenburg, Chita, Wladiwostok und vielen anderen Städten kamen die Besucher. Für uns ist die CPM eine tragfähige Plattform für unsere Expansion in diesen Märkten.“

Im Bereich ‚CPM Kids‘ war wieder das „who is who“ der Baby- und Kindermode mit Ausstellern wie Hallo Kitty, Trussardi, Patrizia Pepe, Cristina Effe, Historic Research und vielen weiteren namhaften Ausstellern vertreten, im Bereich ‚CPM Lingerie‘ Labels wie Daniel Hechter, Parah, Liberty oder Feraud und der Bereich ‚CPM Young Fashion‘ bot Marken wie Patrizia Pepe und Converse eine effiziente Arbeits- und Informationsplattform.

Wie sich bereits auf den Igedo Fashion Fairs in Düsseldorf abzeichnete, liegt Russland nach wie vor im Trend und speziell in Moskau spielt die Mode eine immens wichtige Rolle. In den letzten Jahren hat sich in Moskau eine konsumfreudige und modische Mittelschicht herauskristallisiert, von dem insbesondere der Modehandel enorm profitiert hat. Die CPM – Collection Première Moscow reagiert mit der Vergrößerung der Ausstellungsfläche und dem stetigen Ausbau der Segmente flexibel auf die Bedürfnisse des Marktes. Der Entwicklung der CPM in den vergangenen fünf Jahren zeigt, dass Aussteller und Einkäufer die Messe als optimale Plattform zur Pflege bestehender Kontakte als auch zur Suche nach neuen Distributionspartnern, aber auch als Ideenpool und Inspirationsquelle nutzen.

Die elfte Auflage der CPM – Collection Première Moscow findet vom 10. bis 13. September 2008 auf dem Moskauer Messegelände Krasnaya Presnaja Expocentr statt.

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

www.igedo.com

www.cpm-moscow.com

www.cpm-moscow.ru

Moskau, 29. Februar 2008

Kontakt:

Modemedia PR&Events - A Division of Igedo Company GmbH & Co. KG, Messeplatz, 40474 Düsseldorf	Pressereferentin CPM
Unternehmenssprecher Igedo Company	Martina Kuchenbecker
Thomas Kötter	t + 49.211.4396.484
t +49.151.18819726	e-mail: kuchenbecker@modemedia.de
e-mail: koetter@igedo.com	