

PRESSEMITTEILUNG

Rückkehr des Optimismus auf den Igedo Fashion Fairs

- + CPD – Fashion Gallery und Concept 11 setzen Akzente
- + HMD etabliert sich als Exportplattform für die HAKA
- + Body Look nimmt weiter an Fahrt auf
- + Global Fashion – Aussteller präsentieren sich bestens vorbereitet
- + Neues Messeprojekt „WEARE Düsseldorf“ vorgestellt

Der Optimismus kehrt zurück. Mit überwiegend zufriedenen Gesichtern endeten am Dienstag die Igedo Fashion Fairs Düsseldorf (22. bis 24. Juli 2007). Nach bislang vorläufigen Hochrechnungen besuchten an den drei Veranstaltungstagen rund 42.600 internationale Fachbesucher (Vorjahresvergleich: 42.248 Fachbesucher) die Messen CPD Düsseldorf (Damenmode), HMD – Herrenmode Düsseldorf, Body Look (Body-, Beach- und Legwear) und Global Fashion (Sourcing). Damit festigen die Igedo Fashion Fairs weiter ihre Position als wichtigste Modemesse Deutschlands und zentrale Order- und Informationsplattform für den europäischen Markt.

Doch wichtiger als Besucherzahlen war aus Ausstellersicht einmal mehr die Qualität der Einkäufer: Rund 84 Prozent von ihnen waren Führungskräfte mit Entscheidungskompetenz. Die Internationalität der Besucher stieg leicht an auf 34 Prozent (Vorjahr: 32 Prozent). Die wichtigsten Herkunftsländer waren Benelux, Österreich und die Schweiz sowie Italien, Spanien und Russland. Insgesamt präsentierten 1.770 Aussteller (Vorjahr: 1.780 Aussteller) aus 51 Nationen 2.300 Kollektionen für die Saison Frühjahr/Sommer 2008 auf dem Düsseldorfer Messegelände.

„Düsseldorf hat weiter Fuß gefasst und bleibt erste Wahl für den deutschen und mitteleuropäischen Markt“, betonte Igedo-Geschäftsführer Frank Hartmann im Rahmen der Abschlusspressekonferenz. „Die wichtigste Erkenntnis der vergangenen Tage, das positive Denken ist in die Hallen zurückgekehrt. Die Bedeutung des Modemessestandorts Düsseldorf und das wirtschaftliche wie schöpferische Potenzial rücken bei den Ausstellern wieder in den Mittelpunkt. Wir bieten mit den Igedo Fashion Fairs die solide Arbeitsplattform, die sich Hersteller und Handel wünschen.“

Mehr und mehr stehen die Igedo Fashion Fairs Düsseldorf auch für erhöhten Promi-Faktor in der Stadt: Neben dem Daily Business auf dem Messegelände zogen hochkarätige Veranstaltungen viele nationale wie internationale Celebrities an: Jerry



- 2 -

Hall, Jenny Elvers-Elbertzhagen, Frauke Ludowig und Jasmin Wagner kamen zu dem von der Igedo Company unterstützten BUNTE New Faces Award. Ebenfalls von der Igedo Company gesponsort waren die PETRA Fashion Awards in der Turbinenhalle mit Alexander Klawns, Pierre Blackwood und Jörg Knör. Darüber hinaus kamen die Stars von Germany's Next Topmodel, Bruce Darnell, Lena Gercke und Hana Nitsche, die Schauspieler Hannes Jaenicke, Katja Flint, Tanja Wenzel und Alexandra Kamp, die Models Eva Padberg, Vanessa Hessler und Mirja DuMont, Box-Weltmeisterin Regina Halmich, Miss Germany Nelly Marie Bojahr, Regisseur Sönke Wortmann und viele weitere Stars und Sternchen zu Veranstaltungen wie den Feiern zum 50-jährigen Bestehen von Nienhaus, dem Design am Rhein Award, dem Vogue Cocktail sowie den zahlreichen Modenschauen und Abendevents, die im Rahmen der Igedo Fashion Fairs in der ganzen Stadt stattfanden.

+ CPD – Fashion Gallery und Concept 11 setzen Akzente

Als Kern der Igedo Fashion Fairs bot die CPD Düsseldorf der Damenmode wieder eine starke Präsentation und Orderplattform.

1.050 DOB-Aussteller zeigten, was die Mode des kommenden Frühjahr/Sommers 2008 ausmacht. Besonders überzeugte dieses Mal der Bereich „Concept 11“ in Halle 12. „Concept 11“ bietet Showroombetreibern den exklusiven Zugang zu den internationalen Einkäufern und Neukunden auf dem Messegelände. „Unser Messestand in der Halle 12 war ein Anziehungsmagnet für internationale Besucher. Viele Einkäufer vor allem aus Russland, Griechenland, Italien und Deutschland haben auf der CPD unsere Marke entdeckt“, resümierte Joséphine Bui vom französischen Label Aventures des Toiles zufrieden.

Dichtes Gedränge und hohe Zufriedenheit herrschte an allen drei Tagen auch in der Fashion Gallery, dem kreativen Herz der CPD. Die Designer der Halle 14 präsentierten ihre Mode mit eigenständiger Persönlichkeit und kompromissloser Handschrift im Design: ‚Mode Deluxe‘, deren zum Teil eigenwillige Akzente von den Fachbesuchern gefeiert wurden. Fast 20 Prozent der Besucher interessierten sich für das hohe Preissegment auf den Igedo Fashion Fairs und waren somit in der Fashion Gallery bestens aufgehoben.

Überwiegend zufrieden waren auch die Aussteller im Bereich ‚Style & Signatures‘. Internationale, progressive und hochwertige In-Labels präsentierten sich dort. Die gute Frequenz in der Halle 13 war der Hauptgrund für die gute Stimmung unter den



Ausstellern. Immer mehr Marken, auch aus dem jungen Segment, sehen die Igedo Fashion Fairs Düsseldorf als wichtige Order- und Informationsplattform an.

„Wir haben das erste Mal an der Style & Signatures teilgenommen, unsere Erwartungen haben sich voll und ganz erfüllt“, resümierte Ricardo Meyer, Managing Director Germany von Ben Sherman. „Die Lage und Erreichbarkeit sind die große Stärke Düsseldorfs. Das haben wir in den vergangenen Tagen auch in der Praxis erleben dürfen.“

+ HMD etabliert sich als Exportplattform für die HAKA

Die HMD – Herrenmode Düsseldorf bleibt weiter Deutschlands einzige internationale Herrenmodemesse. 90 Aussteller präsentierten vor allem in den Bereichen Hosen, Strick und Artikel ein überzeugendes Angebot. Erstmals wurde ein Segment für Übergrößen auf der HMD gezeigt. Die 26 erstmals auf der HMD vertretenen Firmen waren wie auch die Altaussteller zumeist zufrieden mit dem Verlauf der Messe, wünschen sich aber eine stärkere Teilnahme weiterer HAKA-Unternehmen.

„Es wäre schön, wenn sich weitere marktstarke Firmen etwa als Ergänzung zu einem vorhandenen Showroom für eine Teilnahme an der HMD entscheiden würden“, fasste Wolfgang Müller, Geschäftsführer Marketing und Vertrieb von Hajo Mode, die Situation zusammen. „Die Igedo Fashion Fairs sind für uns eine verlässliche Exportbasis. Wir haben neue Kunden gewinnen können. Mit weiteren Ausstellern könnte die HMD noch mehr Kraft entfalten.“

„Mit der HMD bieten wir der HAKA seit drei Saisons ein schlüssiges Konzept“, erklärte Frank Hartmann. „Die Herrenmode ist im Rahmen der Igedo Fashion Fairs optimal aufgehoben und ist auf einem guten Weg. Eine HAKA-Messe kann aber nur für alle Beteiligten erfolgreich sein, wenn sich auch die produzierende Seite entsprechend einbringt.“

+ Body Look nimmt weiter an Fahrt auf

Die Body Look wird für die Branche immer bedeutender. So bewerten 80 Prozent der Aussteller die internationale Fachmesse für Body-, Beach- und Legwear positiv. „Es läuft und läuft und läuft“, brachte Michael Mertens, Vertriebsleiter von Anita, die gute Stimmung in den Hallen 15 und 16 auf den Punkt. Die 250 Aussteller mit ihren 400 präsentierten Marken (Auslandsanteil: 35 Prozent) berichteten fast



unisono an allen drei Messtagen von einer sehr guten Frequenz. Internationale Einkäufer traten dieses Mal noch stärker in Erscheinung.

Der wirtschaftliche Aufschwung scheint den Fachhandel erreicht zu haben und wirkte sich positiv auf die Ordertätigkeit aus. Die Einkäufer reisten nicht nur zur Information nach Düsseldorf, sie orderten auch. Dabei beschränkte man sich nicht, wie oft in den vergangenen Saisons, auf kommerzielle Artikel. Die Einkäufer zeigten Mut, waren offen für Innovationen und Trends. Auf gute Nachfrage stießen auch kurzfristig orderbare Sortimente, wie NOS-Artikel, Trend- oder Weihnachtsserien.

Viele Besucher nutzten trend.forum und Trendvortrag für eine Vertiefung der gewonnenen Eindrücke. Die neue Event- und Ausstellungsfläche Intimate Park, auf der sich acht progressive Aussteller präsentierten, wurde sehr positiv aufgenommen und als Bereicherung der Body Look empfunden.

Bereits jetzt haben sich 85 Prozent der Aussteller für eine erneute Teilnahme an der Body Look ausgesprochen. Eine Resonanz, die den eingeschlagenen Weg bestätigt. Frank Hartmann: „Die Body Look hat sich hervorragend in Düsseldorf entwickelt. Neue Konzepte wie der Intimate Park geben der Messe ein frisches Gesicht. Dieses Potenzial werden wir bei künftigen Veranstaltungen noch stärker nutzen.“

+ Global Fashion – Aussteller präsentieren sich bestens vorbereitet

Auch die Global Fashion hat ihren Platz als größte und bedeutendste Spezialmesse für Lohnfertigung, Beschaffung und Private Label-Produktion im internationalen Modebusiness weiter gefestigt. Sie hat sich als unverzichtbare Informations- und Kommunikationsbörse für die beschaffende Bekleidungsindustrie, die Großvertriebsformen des Handels wie auch Im-/Exporteure aus allen wichtigen Sparten der Modebranche behauptet. Die 380 Aussteller aus zwölf Nationen verzeichneten sowohl für ihre kurzfristig noch für den Herbst/Winter 2007/2008 lieferbaren Programme wie auch für die ersten Entwicklungen für Frühjahr/Sommer 2008 Interesse von den deutschen wie internationalen Abnehmern.

Die in den letzten Jahren konsequent gesteigerte Qualität der Besucher und Aussteller, aber auch die noch stringendere Gruppierung der Aussteller nach Produktgruppen, hat zudem zum Erfolg der Global Fashion beigetragen. Sabine Schommer, Projektleiterin der Global Fashion: „Die teilnehmenden Aussteller aus allen Nationen haben sich diesmal insbesondere auch durch kompetente Gesprächspartner aus den Unternehmen vorbereitet, was von den Besuchern



- 5 -

ausdrücklich gelobt wurde.“ Im Vergleich zu früheren Messen hatten sich sehr viele Firmen noch intensiver auf die Wünsche und Forderungen der potenziellen Abnehmer in Bezug auf die verlangten Preisrahmen/-lagen, Mindestmengen oder Lieferzeiten/-rhythmen vorbereitet und eingestellt.

Die erstmals ausstellenden zehn äthiopischen Firmen, die im Rahmen eines von der Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ), organisierten Gemeinschaftsstandes auf der Global Fashion mit dabei waren, freuten sich ebenfalls über viel versprechende Kontakte zu internationalen Einkäufern.

+ Neues Messeprojekt „WEARe Düsseldorf“ vorgestellt

Auf positive Resonanz stieß das in der Branche mit Spannung erwartete Preview zum neuen Messeprojekt „WEARe Düsseldorf“. Die Messe für zeitgemäße Bekleidungskultur wird erstmals vom 8. bis 10. Februar 2008 auf dem Düsseldorfer Messegelände unter Federführung von Igedo-Neuzugang Mark McGuire stattfinden. Über 400 Personen informierten sich über das Konzept der neuen Messe. „Wir haben zum Teil kritisch aber sachlich mit den Leuten auf unserer Informationsfläche und in der Messehalle 8 diskutiert, wo die ‚WEARe Düsseldorf‘ stattfinden wird“, fasste McGuire die Gespräche zusammen. „Fakt ist, dass der Standort Düsseldorf und unser Konzept von der Branche sehr gut angenommen wird. Nun werden wir richtig loslegen.“

+ Termine Igedo Fashion Fairs Düsseldorf 2008

Auf Grund der Karnevalswoche werden die Igedo Fashion Fairs Düsseldorf im kommenden Jahr einmalig vom 10. bis 12. Februar stattfinden. Die Sommerveranstaltung wird vom 27. bis 29. Juli 2008 stattfinden.

Düsseldorf, 24. Juli 2007

Alle Aktivitäten des Veranstalters der Igedo Fashion Fairs Düsseldorf, 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 Body Look unter: www.body-look.de
Informationen zur „WEARe Düsseldorf“ unter: www.weare-duesseldorf.de

Modemedia PR & Events, a Division of Igedo Company GmbH & Co. KG, Messeplatz, 40474 Düsseldorf
Thomas Kötter Britta Schaaf Sandra Strzeletz
Unternehmenssprecher Pressereferentin Pressereferentin
t +49.211.4396.490 t + 49.211.4396.487 t + 49.211.4396.426
e-mail:koetter@igedo.com e-mail: schaaf@igedo.com e-mail:strzeletz@igedo.com

