

## munichfabricstart

Die munichfabricstart – pre collections hat in München eine „Punktlandung“ hingelegt. Neun Prozent mehr Besucher als im Februar 2009 kamen zur deutschen Textilmesse ins Münchener M,O,C, und in die benachbarte Zenithhalle. Das ist erneut ein deutlicher Zuwachs auf jetzt 15.640 Besucher. Der Auslandsanteil lag bei 32%. Damit hat die munichfabricstart – pre collections erneut ihre Qualität unter Beweis gestellt. Das hat die Branche honoriert. Vor allem auch das stimmige Angebot der 730 internationalen Aussteller, das die unterschiedlichen Bedürfnisse von Industrie- und Handelsunternehmen individuell erfüllt. Mit über 1.300 Kollektionen sehen die Fachbesucher hier einen Querschnitt durch alle Produktgenre und von Ost nach West. Chic und Charme sind auf der Messe inklusive. Zuletzt hatten neue Gastronomiekonzepte, die zentralisierten Trendareas, übergreifende Fachvorträge von führenden Styling- und Trendinstituten, von textilen Prüfinstituten und Softwareanbietern und eine „heiße“ munichfabricnight die Veranstaltung dieses Mal zusätzlich optimiert.

Die drei Messtage haben auch gezeigt, dass der Termin trotz Mesседichte und der ständig brodelnden Termindiskussionen perfekt ist. Immer wieder lobten die Aussteller die hohe Qualität der Fachbesucher. Alle namhaften Modemarken aus Deutschland und den Nachbarländern waren vor Ort. Darunter Entscheidungsträger von Akris,

Escada, Hugo Boss, René Lezard, Schneiders (A), Next (GB), French Connection (GB), Strellson (CH), Dellalui (F), Hettemarks (S), Jeanser wie Dickie Europe, Met (I) und Capone (NL).

Neben dem großen Bereich collections, der die italienischen Topkollektionen ebenso repräsentierte wie solide Basics, punkteten auch die anderen Messebereiche:

- Der Bereich additional hat drei Tage lang „pulsirt“. In zwei Hallen sind hier



munichfabricstart

154 der weltweit angesagtesten Zutatenersteller anzutreffen. Hier wird im wahrsten Sinne des Wortes Mode gemacht. Entsprechend gut beschäftigt waren die Firmen und zwar „rund

um die Uhr“.

- bluezone, die Denim World. Die 55 namhaften und international renommierten Denimweber und –wäscher zogen eine zufrieden stellende Bilanz über die Besucherqualität. Das Konzept aber wird neu überdacht, um den führenden Jeans- und Sportswearbrands auch in Zukunft ein attraktives und starkes Angebot anzubieten.

- asiasalon und Showrooms. Hier führt die munichfabricstart – pre collections die Welt zusammen, weil die Konfektion und auch der Handel heute sowohl Europa wie auch den Rest der Welt brauchen. Entsprechend gab es auch hier gut zu tun. Weiter ausgebaut wird der Bereich der Showrooms, in denen die Anbieter von Full-Packaging-Services, Gespräche führen. Damit kommt die Messe dem Markt weiter entgegen, der bei Vollgeschäften große Zuwachsraten verzeichnet.

- organicselection. Der Drang zum „grünen“ Textil ist ungebrochen. Und so war dieser Bereich, der als Sourcingpool in seiner Art einzigartig ist, wieder extrem stark frequentiert. Die Experten vor Ort registrierten ein größeres Hintergrundwissen der Besucher. „Die Fragen waren sehr viel gezielter als beim letzten Mal“, stellte Susanne Gommeringer fest, die als Auditorin beim Schweizer Institut für Marktökologie (IMO) in den Messetagen auch auf Seminaren informierte. Die munichfabricstart – pre collections war als erste der großen europäischen Textilmessen für die Textilbranche auch ein wichtiges Stimmungsbarometer. Mittlerweile sehen viele Firmen erste Anzeichen dafür, dass der Markt langsam die Stagnation überwindet, in der er seit der Finanz- und Wirtschaftskrise gefangen war.

Das kurze Fazit einiger Aussteller und Besucher: „Die munichfabricstart ist eine super Messe.“ Dietrich Weigel,

# munichfabricstart

Inwool „Die wichtigsten Kunden waren alle da.“ Roland Oberstein, N.I. Teijin Shoji Europe „Der Markt belebt sich. Die Kunden wissen, in welche Richtung sie gehen müssen. 2010 wird mit Sicherheit ein besseres Jahr als 2009.“ Firma KooJo FT „Es gab

von der Freundlichkeit der Hostessen, vom ansprechenden Ambiente und dem tollen Catering.“ Sven Ciese, Whirlybird

Erste Musterungsergebnisse: die Trends der munichfabricstart – pre

Trendexperte der Münchener Messe. Natürlichkeit und Leichtigkeit sind die modischen Kernthemen zum Sommer 2011. Alles ist hell, zart und fast fragil und von einer unkomplizierten Lässigkeit. Entweder klassisch und clean, nostalgisch oder ethnisch interpretiert. Eine Fülle von fließenden Qualitäten liefert der Mode weiterhin das Rüstzeug, um mit Weiten, mit Layering, Wickel- und umhüllenden Effekten zu arbeiten. Das gilt für die Womenswear ebenso wie für die Menswear. Dieser Trend verleiht den Viskose- und Lyocellfasern einen wahren „Star-Charakter“. Auch Denims erhalten durch Mischungen mit Lyocell einen neuen femininen, fließenden Charakter. Dem gegenüber stehen viele Leinenmischungen, die eine natürliche Lässigkeit in die Mode tragen und spannende Kombinationspartner zu den fließenden Waren sind.

Überhaupt ist weiterhin eine Fülle von Used-Optiken unterwegs, die trotz der Jungfräulichkeit der neuen Stoffe eine lange Vergangenheit vorgaukeln. Die Dessins passen sich der Grundstimmung an. Buntgewebe sind fein und klar gemustert, zum Beispiel in klassischen Krawattenmustern oder verwaschenen Blockkaros. Drucke faszinieren aufgrund einer unglaublichen Zartheit und Fragilität. Nach wie vor wichtig sind florale Themen in dezenten Farben, ohne dass die grafischen Themen vernachlässigt werden. In der Sportswear trifft man auf matten Glanz bei leichten Beschichtungen oder ultraleichten Hightech-Stoffen. Bondings stellen unterschiedlich dessinierte Seiten gegeneinander, zum Beispiel Uni gegen Karo. Stretch ist weiterhin ein Riesenthema. Elastische Denimqualitäten sind mittlerweile auch in der klassischen Haka anzutreffen. Neben hochelastischen Denims bieten vor allem die Leichtgewichte, extrem gebleachte Denims sowie blau-weiß gestreifte oder karierte Denims neue Ansätze.



bluezone

viele gute Kundenkontakte.“ Peter Mügge, BDM „Es waren sehr gute Tage für uns.“ Firma Brennet „Wir sind zum ersten Mal hier und überrascht

collections bestätigen sich „Die Kollektionen haben das Trendthema „Ease“ der munichfabricstart bestätigt“, sagt Joachim Baumgartner, der