

JAM erweitert Messekonzept und bietet erstmals eine neue Plattform für Menswear

Die gehobene Mitte trifft sich auf der JAM in Köln: Denim, Streetwear und Sportswear werden bereits im Juli um das Segment der Menswear erweitert.

Nach dem grossen Erfolg der letzten JAM, die 370 Aussteller und knapp 10.500 Besucher begrüßen konnte, folgt nun die zweite Ausbaustufe des Messekonzeptes. Das Ausstellerportfolio aus den bisherigen Bereichen Denim, Sportswear, Streetwear, Young Fashion und Accessoires wird bereits zur kommenden Veranstaltung im Juli 2009 um das Segment der Menswear erweitert.

Für diesen neuen Bereich der JAM.MEN wurde eigens ein hochwertiges Standsystem entwickelt, das auf die individuellen Bedürfnisse der Aussteller abgestimmt werden kann. Das kompakte Angebotsystem und Standkonzept, das komplett mit Möblierung, Konfektionsstangen und Serviceelementen im Quadratmeterpreis enthalten ist, lässt Raum für einen individuellen Messauftritt und ist klar kalkulierbar. Mit der Auswahl aus unterschiedlichen Modulen zwischen 20 und 100 qm Fläche findet jeder Aussteller eine optimale Plattform zu einem Quadratmeterpreis von 175 - 187 € inkl. der genannten Grundausstattungen.

„Als wir das Konzept für die JAM vor gut zwei Jahren entwickelten, hatten wir bereits intensiv über weitere Ausbaustufen nachgedacht. Zuerst musste sich allerdings diese neue Messe an den Schnittstellen zwischen Jeans und Sportswear etablieren und positionieren, bevor wir uns in weitere Marktsegmente wagen wollten,“ erläutert Sebastian

Klinder, Gesellschafter der veranstaltenden *munch fabric start exhibitions GmbH* die Vorgeschichte und ergänzt, „viele Stimmen aus der Branche kamen auf uns zu und bedauerten, dass die Menswear derzeit keine funktionierende Heimat in der deutschen Messelandschaft hat. Das wollen wir mit der JAM.MEN jetzt ändern.“



Auch der Vorsitzende der Geschäftsführung der Kölnmesse GmbH, Gerald Böse, bekräftigt die Messemacher in ihrer erweiterten Ausrichtung: „Ich begrüße es sehr, dass die JAM-Organisatoren ihr Messeformat Richtung Menswear ausbauen, damit knüpfen sie an eine jahrzehntelange Tradition der Herrenmode am Messeplatz Köln an.“

Die Bekanntgabe der CPD, dass man sich künftig ausschliesslich auf die DOB konzentrieren will, stärkt die Veranstalter zusätzlich in ihrem Vorhaben in das Segment der Menswear vor zu stossen. Gleichzeitig prognostizieren die diversen Markt-Analysen und -Studien mittelfristig eine konstante bis steigende Nachfrage für einen neuen Mix aus Denim, Casuals, Streetfashion sowie junger, modischer Formalwear. So

soll z. B. alleine der Bereich der erwachsenen Fashion Sportswear in den nächsten Jahren bis zu 50 % Umsatzanteil in der Männermode erreichen. Auch modische Slim Fit- und Casual Hemden oder relaxte Cotton Flats sind zu einem festen und wichtigen Bestandteil der entsprechenden Abteilungen geworden. Und genau an diese Einkäufer, wie z. B. von P&C, Hirmer, Konec etc. richtet sich die Erweiterung der Messe sowie das zeitgeistige Standkonzept der JAM.MEN.

Interessierte Aussteller können in den spannenden, historischen Kölner Rheinparkhallen, die auf technisch hohem Niveau renoviert wurden, bereits einen Vorgeschmack erleben. Die Messeveranstalter präsentieren nach vorheriger Terminabsprache die ersten Musterstände direkt am Messestandort und diskutieren mit den

Ausstellern ihre Anregungen.

Der Termin für die kommende JAM vom 24. bis 26. Juli 2009 passt marktgerecht zum Orderrhythmus und stärkt die Drehscheibe Köln/Düsseldorf durch die Überschneidung mit der CPD und den zu diesem Termin stark frequentierten Düsseldorfer Showrooms.

„Gerade in der derzeitigen wirtschaftlichen Gesamtsituation bieten wir mit der JAM weiterhin eine pragmatische und gleichzeitig klar kalkulierbare Arbeits- und Ordermesse. Das sieht auch die überwiegende Mehrheit der Denim- und Young Fashion-Anbieter so“, fasst Sales- und Marketingmanager Günther Sommer seine Gespräche mit den Ausstellern kurz und knapp zusammen.