

IN KÜRZE

The Brandery

Die neue spanische Streetwear-Messe, die vom 7. bis 9. Juli in Barcelona erstmals als Nachfolge-Veranstaltung der Bread & Butter stattfand, ist mit ihrem Debut zufrieden. 113 Aussteller, davon 45 % aus dem Ausland, und 9715 Besucher, auch aus Italien, Frankreich und Portugal, kamen in das Montjuïc-Ausstellungsgelände der Fira Barcelona. Viele Aussteller hätten ihre Teilnahme bei der nächsten **The Brandery im Januar 2010** zugesagt, so Expansions-Direktor Pere Camprubi. ■ ES

London Fashion Week

Das britische Designer-Duo Clements-Rebeiro wird seine Kollektion auf der London Fashion Week (18.-22.9.) präsentieren. Das Label hatte vier Jahre auf keiner Veranstaltung gezeigt. Ihre Teilnahme zugesagt haben bislang Burberry Prorsum, Pringle of Scotland, Matthew Williamson und Jonathan Saunders. Die London Fashion Week und ihr Veranstalter **British Fashion Council** feiern in diesem Jahr 25-jähriges Bestehen. ■ FM

Mare D'Amare

Die italienische Bademodemesse (4.-6.7.) hat mit 4.457 Besuchern **deutlich mehr Besucher** in die Fortezza da Basso in Florenz geleitet als im Vorjahr, es etwas mehr als 3.000 kamen. Rund 130 Marken zeigten ihre Kollektion für Frühjahr/Sommer 2010, darunter Calvin Klein, Blumarine, Playtex und Parah. ■ FM

IMB Forum

Die Koelnmesse GmbH hat den Termin für das IMB Forum auf den **10. und 11. November 2010** festgelegt. Ursprünglich war die Veranstaltung für Mai geplant. Auf dem IMB Forum werden Lösungen entlang der textilen Wertschöpfungskette gezeigt. Die Veranstalter verstehen das IMB Forum als Ergänzung zur IMB – World of textile Processing, die alle drei Jahre in Köln stattfindet. ■ TW

Dessous Wallau

Zur Bodywear-Ordermesse vom 15. bis 18. August im Ardek-Center Rhein-Main in Wallau erwartet Veranstalter Muevo rund **90 Aussteller mit 300 Kollektionen**. Damit haben man das Angebot auf Vorjahresniveau halten können, so Messeleiter Axel Fehse. Präsentiert werden Dessous, Tag- und Nachtwäsche, Swim- und Homewear für Sommer 2010 sowie **Sofortorderprogramme**. Darunter die Kollektionen von Anita, Aubade, Bruno Banani, Calida, Chantelle, DKNY, Eres, Felina, Féraud, Fürstenberg, Glumann, Harro, HOM, Je Suis, Joop!, La Perla, Lejaby, Lise Charmel, Marie Ju, Maryan Mehlhorn, Mey, Naturana, Nina von C., Princess Tam-Tam, Rösch, Simone Pérelle, Skiny, Strellson, Sunfair und Susa. ■ DE



Die Aussteller der Before By July fühlen sich in der Fabrik-Atmosphäre der Docks de Paris gut präsentiert

Foto: Before By July

Before By July: Start mit Hindernissen

Weniger Aussteller und Frequenz. Aber der frühe Termin wird gut bewertet.

Die neue Pariser Modemesse Before By July (5.-7.7.) erlebte ein schwieriges Debüt. Die Preview-Veranstaltung der DOB-Messe Prêt-à-Porter Paris begann am Sonntag und endet am heutigen Dienstag. Parallel dazu fanden an zwei Tagen Modenschauen im Veranstaltungsort Docks de Paris statt. Anstelle von angekündigten 150 Marken stellten knapp 70 aus. Unter ihnen kleine, kreative Labels, Fast Fashion-Anbieter und eine Hand voll Aussteller, die Tücher und Accessoires anboten.

Die Veranstalter bezeichneten den Besuch als „qualitativ gut“, ohne Zahlen zu nennen. Auf den Ständen wurde die Frequenz nach drei Tagen als zu schwach beurteilt. Die Aussteller fühlten sich in der luftigen Fabrik-At-

mosphäre der Docks de Paris gut präsentiert. Sie kritisierten allerdings die zu geringe Ausstellerzahl, den absichts gelegenen und schwer zu findenden Veranstaltungsort sowie mangelhafte Messe-Kommunikation.

Der frühe Juli-Termin war das, was die meisten Firmen auf die Messe gezogen hatte, um Zeit bei der Produktion zu gewinnen: „Die erste Juli-Woche passt uns gut, und wir haben trotz geringen Besuchs drei neue Kunden aus Paris, Le Havre und Orléans gewonnen“, sagt Mirjam Dulud vom niederländischen Jacken-Spezialisten Easy Comfort. „Das Ambiente ist super, aber es fehlt das Wichtigste – die Kunden“, erklärte dagegen Cyril Evraud von der Modeagentur ACo9, die Accessoires zeigte. Er war nicht der Einzige. ■ GO

Ruhige Hong Kong Fashion Week

Chinesische Lieferanten sind verstärkt auf Neukundensuche

Die weltweite Wirtschaftskrise hat noch mehr chinesische Lieferanten auf die Hong Kong Fashion Week (6.-9.7.) getrieben. Eine gesamte Halle belegten allein die 483 chinesischen Aussteller (Vorjahr: 422). „Insgesamt haben wir 20 bis 30 % unserer Orders verloren. Wir gehen nun verstärkt auf Messen, um neue Kunden zu gewinnen“, heißt es beispielsweise bei Ningbo Sun-Star Garment Factory Co Ltd, die unter anderem für Quelle produzieren. „Wir erwarten den Einbruch im zweiten Halbjahr. Viele Kunden haben ihre Aufträge halbiert“, berichtet der Stricker Seduno Group Co Ltd.

Das Hong Kong Trade Development Council (HKTD), das die Messe organisiert, zeigte sich nach einer ersten Bilanz mit der Veranstaltung zufrieden. Die Zahl der Aussteller stieg leicht auf 164. Vertreten waren 24 Län-

der und Regionen. Erstmals war auch Bangladesh mit einem Pavillon dabei. Präsentiert wurden DOB, HAKA, KOB, Accessoires, Wäsche, Braut- und Abendmode sowie Stoffe, Garne und Zutaten. Neben der Messe zeigten auch zahlreiche Kreative, darunter viele chinesische Jungdesigner, ihre Kollektionen in aufwändigen Fashionshows. Seminare informierten über aktuelle Trends und Entwicklungen. Im vergangenen Jahr kamen mehr als 17.000 Besucher aus 87 Ländern. Das HKTD rechnet erneut mit einem Besucherplus. Das sahen die Aussteller allerdings anders. Es sei wesentlich ruhiger als im vorigen Jahr, so der Tenor an vielen Ständen. Viele setzen auf die nächste Messe im Januar, die traditionell die stärkere Ausgabe ist. Die aktuellen Besucherzahlen lagen bis Redaktionsschluss noch nicht vor. ■ PA