

MUNICH FABRIC START AUTUMN.WINTER 22/23 & BLUEZONE ALS PARADE-BEISPIEL FÜR PHYSISCHE FACHMESSEN

Ein ganzes Jahr ohne physische Messen, lange Monate ohne persönlichen Austausch: letzte Woche fanden nun tatsächlich die Internationale Textile Trade Show MUNICH FABRIC START sowie die Internationale Denim Trade BLUEZONE als reale Fachmessen für die Textilindustrie in München statt. Damit bringt das Team der Munich Fabric Start Exhibitions GmbH ein Stück Normalität zurück in die Branche, aber auch ins Event Management. Dank detailliert ausgearbeiteter, Covid-19 konformer Messformate zeigen die Veranstalter auf, dass Messen unter entsprechenden Vorkehrungen möglich sind und erfolgreich realisiert werden können.

Mehr als 600 internationale Anbieter präsentierten ihre Kollektionsneuheiten und Entwicklungen für Autumn.Winter 22/23 in rund **1000 Kollektionen** für die Segmente Fabrics, Additional, Design Studios, Sourcing, ReSource und Sustainable Innovations auf der MUNICH FABRIC START sowie Denim, Sportswear und Keyhouse in der BLUEZONE. Im Vergleich zu September 2019 – der letzten Herbst/Winter-Messe vor der Pandemie – entspricht dies einer Ausstellerfrequenz von 60%. Gleichzeitig waren diese Saison rund **13.400 internationale Fachbesucher** in München vor Ort. Dies entspricht einer Besucherfrequenz von 66% im Vergleich zur Ausgabe im September 2019 und steht, gemessen an der Anzahl der Lieferanten, für ein **leichtes Plus an besuchenden Fashion Brands**. Mit diesem Ergebnis zeigen sich die Veranstalter mehr als zufrieden.

„Unser Team ist erschöpft, aber überglücklich: hinter uns liegt die wohl größte Challenge unserer Firmengeschichte! Wir haben es tatsächlich geschafft, in diesen Zeiten eine vergleichbare MUNICH FABRIC START und BLUEZONE mit gewohnt breitem Portfolio zu realisieren! Bis zum letzten Moment haben wir uns darauf fokussiert, die Shows Wirklichkeit werden zu lassen - trotz aller Herausforderungen, Maßnahmen und der anhaltenden Planungsunsicherheit. All unsere Mühen wurden mit einem rundum positiven Branchen-Feedback belohnt, denn unsere Covid-19 konformen Messen waren ein voller Erfolg. Natürlich waren unsere Erwartungen der Situation entsprechend zurückhaltend – gerade deshalb sind wir so überwältigt von dem positiven Resultat. Es scheint, als hätte die ganze Textil-Industrie mitgefiebert und sich nun dankbar darüber gefreut, wieder ein paar Stunden 'Business as usual' zu erleben.“

Sebastian Klinder, Managing Director Munich Fabric Start

Im Vergleich zu früheren Messen waren die Teams der vor Ort anwesenden Fashion Brands etwas kleiner. Dem gegenüber steht eine höhere Qualität an Besucherfirmen. Unter den **4.200 anwesenden Fashion Brands** waren zahlreiche namhafte Marken der europäischen Bekleidungsindustrie vertreten, darunter:

Adidas, Aigner, Akris, Alberto, Allure, Armediangels, Baldessarini, Balenciaga, Bestseller, Bogner, Bugatti, Cinque, Closed, Comma, Drykorn, Escada, Hallhuber, Hess Natur, Holy Fashion Group, Hugo Boss, Jack Wolfskin, Joop!, Lagerfeld, Lodenfrey, Marc Cain, Marc O'Polo, Peek & Cloppenburg, Puma, Riani, Dorothee Schumacher, Seidensticker, s.Oliver, Strellson, Talbot Runhof, Tchibo, Tommy Hilfiger & Vaude

FUSION AUS BLUEZONE & KEYHOUSE ÜBERZEUGT – EVENTPROGRAMM GUT BESUCHT

Die **BLUEZONE** bot unter dem **Leitthema „BACK TO THE FUTURE“** einen Weg zurück zum haptischen Erlebnis von Texturen und dem Wiedersehen mit der Denim Community. Neben internationalen Denim-Webern und -Herstellern erwartete die Besucher in der Zenith Halle auch eine qualitative Auswahl an **KEYHOUSE** Ausstellern, die ihre zukunftsweisenden Innovationen für die Fashion Branche präsentierten.

„Die BLUEZONE punktet schon immer mit einer ganz besonderen Atmosphäre – dieses Mal haben wir in der Zenith Halle mit 80s-Party Feeling überrascht. Dabei kam das Business aber natürlich auch nicht zu kurz: die Denim Industrie strotzt momentan vor nachhaltigen Innovationen und neuen Entwicklungen, die alle in München präsentiert wurden. Und der Kohlebunker gleich nebenan wurde zu einem inspirierenden, Covid-19 konformen Forum für Vorträge und Podiumsdiskussionen. Nun bleibt uns eigentlich nur noch zu sagen, dass wir alles tun, um diesen Erfolg in der folgenden Saison zu wiederholen.“

Frank Junker, Creative Director Munich Fabric Start

Sehr stolz sind die Veranstalter auch über die Realisation des Eventprogramms – denn erst wenige Wochen vor der Messe wurde der Durchführung dank eines umfangreichen Maßnahmen-Konzepts zugestimmt. In 16 Programmpunkten wurde über branchenrelevante Innovationen und zukunftsweisende Themen rund um Kreislaufwirtschaft, digitale Tools und Produktionsprozesse informiert.

Highlights waren dabei unter anderem die **Trend Präsentation** von David Shah sowie die renommiert besetzten **Panel Diskussionen** zu den Themen „Closing the Loop – How circular can the supply chain be?“ und zu „Local Manufacturing – A reality or just a temporary green gimmick?“.

POSITIVES BESUCHER- & AUSSTELLER-ECHO TROTZ COVID-19 MAßNAHMEN

Passend zum Saisontitel „RISE“ wurden die Besucher von inspirierenden, knalligen Trendforen mit einzigartigen Highlights für die Kollektionsentwicklung Autumn.Winter 22/23 begrüßt. In den Hallen erwartete die Branche dann eine **Fachmesse auf dem bekannten und bewährten Vor-Pandemie-Niveau** mit Herstellern und Lieferanten in allen **8 Areas**. Außereuropäische Lieferanten wurden von Agenturen vertreten und boten gut frequentierte Show in Show Konzepte.

Ein Publikumsmagnet war außerdem die neu formierte **ReSOURCE x SUSTAINABLE INNOVATIONS Area**. In einem modernen Umfeld wurde über konkrete Anwendungsmöglichkeiten für das Sourcing zukunftsweisender Textilien sowie innovative Konzepte informiert. Ein weiteres Highlight bot die **FABRIC.iD**, das auf der Messe lancierte, innovative Verfahren zur vollständigen Digitalisierung von Stoffen.

Ausstellerstimmen:

„Zunächst möchte ich mich bei den Veranstaltern für den enormen Aufwand bedanken – ich kann mir vorstellen, wie viel Arbeit es in diesen Zeiten gewesen sein muss, eine Messe zu realisieren und dann sogar weiterhin den tollen Service wie gratis Kaffee und gratis Lunch für alle anzubieten! Wir sind definitiv alle super dankbar, hier zu sein, das konnte man auch an der allgemeinen Freude der Besucher sehen. Für mich standen die drei Messetage ganz im Zeichen des Wiedersehens, der Live-Kontakte. Und meine Erwartungen wurden sogar übertroffen: Wir konnten eine sehr gute Qualität an Besuchern aus allen europäischen Ländern begrüßen und ich freue mich besonders über die vielen interessierten Neukunden.“

Vlad Zisser, Zisser Design Studios (Schweden)

„Wir hatten eine wirklich sehr erfolgreiche Messe – alle wichtigen Kunden sind gekommen und man hat richtig gespürt, wie sich alle gefreut haben, sich endlich wieder live zu treffen. Jetzt hoffen wir nur, dass es so weitergeht und auch die folgenden Veranstaltungen stattfinden können.“

Isabelle Hosatte Firmann, Dutel Creation (Frankreich)

„Wir sind mit dem Ergebnis wirklich sehr zufrieden, zumal es in Corona-Zeiten sehr schwer gewesen sein muss, eine solche Veranstaltung zu organisieren. Tatsächlich hatten wir sogar eine bessere Messe als die übliche – wirklich alle unsere Kunden haben unseren Stand besucht und wir hatten eine super schöne Zeit. Danke, Munich Fabric Start!“

Francesca Guasti, Lanificio Roma (Italien)

„Durch die Pandemie war vergleichsweise weniger los als, dafür war die Qualität der Besucher aber sehr gut. Und es hat einfach Spaß gemacht, unsere Kunden in Person wiederzusehen.“

Max Geiger, TTG Geiger (Deutschland)

„Ein großer Dank gebührt dem MUNICH FABRIC START und BLUEZONE Team! Herzlichen Glückwunsch zu dieser grandiosen physischen Messe - es war ein Fest! Wir haben uns sehr gefreut, zumindest für kurze Zeit von unserer Zoomkamera weg zu sein und dafür die BLUEZONE-Kultur wieder persönlich zu erleben.“

Tricia Carey, Lenzing (US)

Besucherstimmen:

"Was für ein Gänsehautmoment! Seit der zweiten Ausgabe der Munich Fabric Start im Jahr 1997 komme ich jede Saison von Paris nach München, um nach neuen Fabrics, Ideen und Farben zu suchen... Und ich kann sagen – noch nie habe ich mich so auf die Messe gefreut! Es hat unglaublich Spaß gemacht und mein Team und ich sind einfach froh, dass es wieder losging. Die Show verfügt über eine wahnsinnig angenehme und bestens organisierte Atmosphäre, in der man sich als Besucher einfach freundlich empfangen fühlt, daher war ich auch wieder an allen drei Messetagen vor Ort! Ich kann also nur sagen: BRAVO und DANKE!"

Besucherin Anja Seidl (Frankreich)

„Vielen Dank an das BLUEZONE Team, dass ihr für die Denim Community eine Show organisiert habt, nach der wir uns alle gesehnt haben! Ich bin sicher, dass alle Aussteller und Besucher eine tolle Zeit hatten und wir wissen eure harte Arbeit wirklich zu schätzen.“

Besucher Robin Meijerink, Robin Denim (Niederlande)