

PRESSEMITTEILUNG



10+11 DEZEMBER 13

spring_summer 2015

„DER DEUTSCHE MARKT WIRD IMMER SPANNENDER!“



Die exklusive Auftaktveranstaltung VIEW Premium Selection bestätigt sich als wichtiger Termin im Messekalender: Noch nie waren so viele Kollektionen zu diesem frühen Zeitpunkt so weit entwickelt. Mit den neuesten Entwicklungen der Stoff- und Zutatenkollektionen sorgte die jüngste VIEW für Sommer 2015 vergangene Woche im Münchner Prisco Haus für eine große Aussagekraft.

Es war ein Auftakt nach Maß: Am vergangenen Dienstag eröffnete die VIEW Premium Selection in München offiziell die Saison Spring_Summer 2015. Gezeigt wurden rund 170 hochwertige Kollektionen vornehmlich italienischer Webereien und Zutatenhersteller. Dies lockte rund 500 Besucher aus dem deutschsprachigen Raum sowie dem benachbarten Ausland nach München.

Gestartet als kleiner, feiner Branchentreff ist die VIEW im mittlerweile 5. Jahr ihres Bestehens ein regelrechter Magnet für die gehobene DOB, HAKA und Sportswear, Tendenz steigend. Und das neben dem deutschen Markt auch zunehmend für das europäische Ausland. So ge-

winnt die VIEW insbesondere für das nahe Österreich, die Benelux-Länder und Osteuropa an Attraktivität. Aus Amsterdam kamen Designer von Calvin Klein, von Martin Margiela waren Vertreter des italienischen Lizenznehmers vor Ort. Des Weiteren waren namhafte internationale Konfektionäre im Prisco Haus vertreten, unter ihnen zum Beispiel Escada, Strenesse, Marc O'Polo, Hugo Boss, Karl Lagerfeld, Rene Lezard, Michalsky, MAC und viele mehr.

Generell freuen sich die Anbieter über den steigenden Modegrad. „Der deutsche Markt wird immer spannender“, sagt Emiliano Bonotto vom gleichnamigen Hersteller. „Jetzt zeige ich hier, was ich in Paris auch zeige. Früher habe ich für den deutschen Markt selektiert. Highlights wurden eher reduziert, die kommerzielleren Artikel ausgebaut. Jetzt ist mehr Mode drin.“

Inspirierend und produktiv

In den Gängen des stilvollen Prisco Hauses herrschte eine geschäftige und konzentrierte, jedoch gleichermaßen entspannte und freundliche Atmosphäre. Viele Besucher haben in diesen Tagen ihre Winterkollektionen abge-

geschlossen und wollen sich auf der VIEW ganz auf die neue Saison einstimmen. Und dies noch ohne den zeitlichen Druck, der auf den folgenden Messen zu spüren ist. „Hier bekomme ich den Kopf frei, um mich ganz auf den Sommer einzustellen“, sagt ein Besucher, der für das Haus Dressler die Kollektionen sichtet.

Auch Aussteller schätzen die besondere Atmosphäre und Exklusivität dieser Messe. „Ich arbeite gern hier in München. Hier ist es kundenfreundlich. Man kann in Ruhe seine Gespräche führen. Es ist nicht so chaotisch wie auf anderen internationalen Messen“, heißt es bei Tejidos Royo.

Wichtige Einflüsse für die Kollektionsentwicklung

Der frühe Termin dieser Preview Veranstaltung setzt in der Branche einen neuen Standard. Viele Firmen arbeiten in der Kollektionsentwicklung noch ambitionierter auf diesen frühen Termin hin. So können die Kunden in der Regel bereits bis zu 60 % der Kollektion sichten. Noch vor einigen Saisons war dies deutlich weniger. Die Messe hat damit merklich an Aussagekraft gewonnen. Die Tatsache, dass die Kollektionen noch in der Entstehungsphase sind, bietet allerdings auch Vorteile. So nutzen die Aussteller erste Gespräche mit ihren Kunden,



um Muster und Farben noch einmal mehr den Vorstellungen des Marktes anzupassen. Ein wichtiges Korrektiv sei die VIEW damit, wie viele betonen. „Die Kunden sehen hier eine größere Auswahl, als sie auf den international folgenden Messen geboten bekommen“, sagt Sylvia Fischer von Taroni. Bis zur Haupt-Messe werde noch einmal kräftig selektiert. „Jetzt können die Kunden noch entscheidenden Einfluss auf den Designprozess nehmen.“ Andere Hersteller wie Maiboom kamen zum ersten Mal auf die Messe, weil es für sie nach eigenen Aussagen „immer wichtiger wird, früh dran zu sein“. „Wir wollen schneller sein und möglichst früh bei den selektierten Artikeln eine hohe Verfügbarkeit aufbauen“.

Auch Ermenegildo Zegna (Gruppo E. Zegna) hatte diesmal Premiere auf der VIEW: „Wir nutzen die Messe, um die Richtung zu erkennen, nach der die Kunden suchen“, sagt Marco Schiavone. Vor allem die Farben entscheiden sich final nach diesen zwei Messetagen. „Der frühe Termin ist auch gut für Eigenentwicklungen“, fügt Artur Unger von Knopf und Knopf an. Der Knopf-Hersteller ist die dritte Saison mit dabei und ergänzt

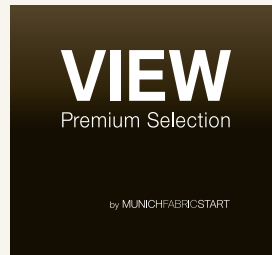
neben weiteren namhaften Zutaten-Herstellern die VIEW um den Accessoires-Bereich.

Die Tendenzen werden bis zum Start der großen internationalen Textilmessen final entwickelt, um sie dann erstmals auf der MUNICH FABRIC START vom 4. bis 6. Februar 2014 der gesamten Branche zu präsentieren. Erneut werden über 900 internationale Aussteller vertreten sein, die mit einem straffen und vielfältigen Rahmenprogramm auf eine vielversprechende Messe schließen lassen. Auch die **BLUEZONE** am 4. + 5. Februar verspricht wieder viel Neues und ist zur Saison Spring/Summer 2015 mit der Präsenz des internationalen Who's Who der Denim Branche wieder voll ausgebucht.

Alle weiterführenden Informationen zur kommenden MUNICH FABRIC START sowie zur VIEW finden Sie auf den Homepages www.munichfabricstart.com sowie www.viewmunich.com

Weitere Impressionen zur VIEW finden Sie auf der Homepage viewmunich.com.





FABRIC REPORT

THE OUTPUT OF TWO PRODUCTIVE FAIR DAYS -
FIRST TRENDS SPRING.SUMMER 2015

Trends spring.summer 2015

FABRIC NEWS



Elegante Transparenz und Sportlichkeit ziehen sich durch die meisten Kollektionen. Thematisch bleiben Shiny Effects wegweisend, sei es mit speziellen Beschichtungen oder partiell aufgemacht durch den Einsatz von Trilobal-, Lurex- und Metallgarnen. Strukturen und bewegte Oberflächen sind ein weiterer Schwerpunkt. So stehen traditionelle Waffelpikees neben modernen 3-D Effekten, Cut-Outs und perforierten Oberflächen in Jerseys, wie man sie bisher hauptsächlich nur bei Leder und Lederimitaten vorgefunden hat. Jacquards bleiben

Debs Corporation (Jp)



wichtig, werden aber nicht mehr so kontrastreich wie in vergangenen Saisons umgesetzt. Tonige Varianten stehen im Vordergrund. Von der Farbigkeit zeichnet sich eine Palette an Neutrals mit Steintönen und Make-up Tönen sowie gedeckten Pastellen ab.

Eine dritte Variante sind Aquatöne von wässrigem Blau bis ins Türkise. Mehr Farbe kommt über die Drucke ins Spiel, bei denen Flower- und Animalprints weiterhin den Ton angeben. Graphische Muster werden kleinflächiger umgesetzt.

Bonotto (It)



Centro Seta (It)

Trends spring.summer 2015
FABRIC NEWS

SENSUAL TRANSPARENCE



Teijin Frontier (Jp)



Mario Cucchetti (It)



Philea (Fr)



Tissage des Chaumes (Fr)



Blue Royal (It)



Linea Ross (It)

Teijin Frontier (Jp)

Trends spring.summer 2015
FABRIC NEWS

NEO SPORTY

VIEW
Premium Selection

by MUNICHFABRICSTART



Stip19 (It)



Eurojersey (It)



Bonotto (It)



Tiss et Teint (Be)



Majocchi (It)

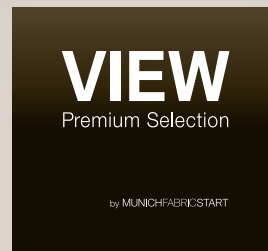


Stip19 (It)

Teijin Frontier (Jp)

Trends spring.summer 2015
FABRIC NEWS

LOVELY BRILLIANCE



Pontetorto (It)



Mario Cucchetti (It)



Philea (Fr)



Tissage des Chaumes (Fr)



Centro Seta (It)



Debs Corporation (Jp)

Top2Wool (It)

Trends spring.summer 2015
FABRIC NEWS

NOBLE NATURALS

VIEW
Premium Selection

by MUNICHFABRICSTART



Pontetorto (It)



Tissage des Chaumes (Fr)



Ithitex (It)



Luigi Boggio Casero (It)



Progetto Uno (It)



Top2Wool (It)

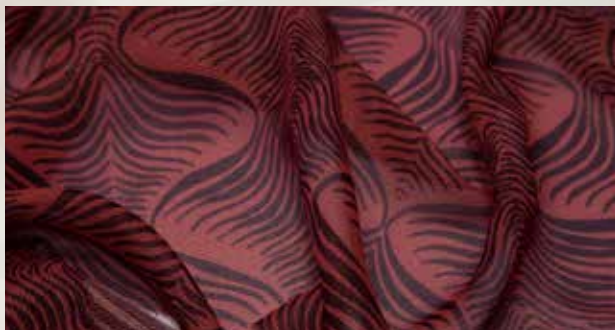
Linea Ross (It)

Trends spring.summer 2015
FABRIC NEWS

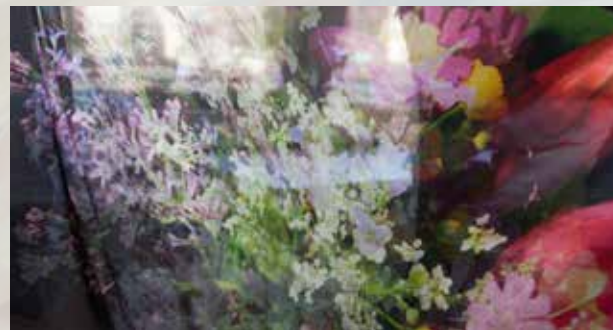
UNKNOWN-KNOWN TROPICS

VIEW
Premium Selection

by MUNICHFABRICSTART



Taroni (It)



Josef Otten (A)



Stip19 (It)



Blue Royal (It)



Pal&Stra (It)



Josef Otten (A)

MUNICH
FABRIC
START

MUNICHFABRICSTART.COM

HAUTE
SPRING.SUMMER 15
SPORTURE

4-6 FEBRUARY 14

INTERNATIONAL FABRIC TRADE FAIR

15 -16 JULY 2014

VIEW
Premium Selection

by MUNICHFABRICSTART

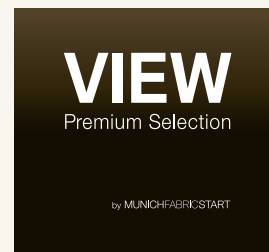
autumn.winter 15/16

THE EARLY KICK OFF IN THE NEW SEASON WITH PREMIUM
FABRIC COLLECTIONS AT AN EXCLUSIVE LOCATION.

ORGANIZER

MUNICHFABRICSTART Exhibitions GmbH
Thomas-Wimmer-Ring 17D
80539 Munich

Tel: +49 (0) 89 45 22 47-0
Fax: +49 (0) 89 45 22 47-22



CONTACT

Project Management:

Sylvia Emmer

Tel: +49 (0)89 45 22 47-66
Fax: +49 (0)89 45 22 47-22
se@munichfabricstart.com

Marketing & Communications:

Claudia Goßen

Tel: +49 (0)221 96 57 673
Fax: +49 (0)221 96 57 648
cg@munichfabricstart.com