

MUNICH INTERNATIONAL FABRIC TRADE SHOW START

PRESSEMITTEILUNG

VIEW PREMIUM SELECTION: Sinnliche Trends, signifikanter Saisonstart

- **Kick-Off: Designer, Einkäufer und Mode-Professionals nutzten die Münchener Premium Messe als frühen Einstieg in die Saison**
- **Touch Point: Namhafte internationale Premium-Weber und Hersteller zeigten am 2. und 3. Dezember 2025 in rund 200 Kollektionen die neuesten Farb- und Materialtrends für Stoffe und Accessoires**
- **Pleasure: Das Leitthema für Spring.Summer 27 inszeniert Sinnlichkeit, Optimismus, Vergnügen und Kreativität**

München, 3. Dezember 2025. Wichtige Kontakte, gute Gespräche sowie erste Trendinformationen und Inspirationen prägten die vergangenen zwei Messtage (2. und 3. Dezember 2025), an deren Ende die VIEW PREMIUM SELECTION am heutigen Mittwoch mit einer rundum positiven Bilanz auf Aussteller- und Besucherseite schließt. Der Dampfdom der Motorworld Munich wurde dabei zum Erlebnisraum für die Sinne: Unter dem Leitthema „Pleasure“ präsentierten internationale Premium-Lieferanten rund 200 Kollektionen mit neuen Farb- und Materialtrends für Spring.Summer 27. Damit bestätigt das exklusive Preview-Format der Munich Fabric Start Exhibitions GmbH erneut seine Bedeutung als relevanter Treffpunkt der internationalen Textil- und Modeindustrie im gehobenen Segment.

„Trotz herausfordernder Rahmenbedingungen bleibt die VIEW eine zentrale Plattform für das gehobene Premiumsegment der Textil- und Modebranche. Wir freuen uns, dass unser Preview-Format in der Branche so geschätzt wird und die Messe insgesamt wirklich gut gelaufen ist.“

Florian Klinder, Geschäftsführer MUNICH FABRIC START

Pures Vergnügen – die Trends für Spring.Summer 27

PLEASURE – das Leitthema für Spring.Summer 27 rückt eine neue Form bewusst inszenierter Sinnlichkeit in den Fokus: Die kommende Saison markiert einen Wendepunkt, hin zu bewusster Erneuerung. Physische Präsenz, Optimismus, Vergnügen und Kreativität stellen sich dem Verschwinden der Individualität entgegen und liefern eine Antwort auf Konformismus und Vorhersagbarkeit. Dabei spielt Farbe eine zentrale Rolle. Sie wird nicht mehr nur als dekoratives Element eingesetzt, sondern als bewusste Entscheidung dafür, sich der Welt wieder selbstbewusster zu präsentieren. Materialien zeigen hybride Texturen und spielen mit Gegensätzen von Natur und Technologie, taktiler Realität und digitaler Erweiterung. Mit den fünf Trendthemen **Buoyant, Belpoque, Cmmn Ground, Genuine und After Light** bewegt sich die Mode zwischen urbaner Stilistik, Neo Couture und historischen Referenzen. Letztere wollen weniger Vergangenheit romantisieren, als vielmehr neuen Optimismus zum Ausdruck bringen.

Leuchtende Farbwelten, dichte Baumwollen, technische Jerseys und markante Strickoptiken verleihen den Kollektionen für Spring.Summer 27 eine optimistische, experimentelle Note, unterstützt von abstrakten Multicolour-Prints und kontrastreichen Mustern. Feinste Chiffons, Georgette, Spitze und Taft bringen eine nostalgische, dekorativ nuancierte Leichtigkeit ein – mit verschwommenen Florals und groß angelegten Ornamenten werden historische Referenz zitiert. Urban funktionale Stoffe wie sonnengebleichter Denim, glänzende Baumwolle, Mohair und fließende Jerseys aktualisieren klassische Silhouetten mit ruhigen Linien, reduzierten Drucken und subtil aufgewerteten Karos. Handwerklich geprägte Haptiken – von Leinenmischungen über hochflorige Strukturen bis zu waschbarem Leder – betonen Materialehrlichkeit und natürliche Unregelmäßigkeit als Gegenpol zur digitalen Perfektion. Zum Abschluss setzen plissierte Jerseys, glänzende Nylonqualitäten, Seide und texturierte Knits szenografische Akzente: Lichtreflexe, Dégradés und fließende Farbverläufe erzeugen eine visuelle Spannung, die das Saisonbild stimmungsvoll abrundet.

MUNICH INTERNATIONAL FABRIC TRADE SHOW START

„Wir haben schon sehr viel gesehen. Die neuen Grünschattierungen sind unglaublich spannend. Die frischeren Töne geben der neuen Saison einen richtigen Kick – für mich in Kombination mit Taupe. Für die neuen Ballonformen und Hosen mit Falten suchen wir neue Warentypen. Checks bleiben weiterhin wichtig. Jeans ebenfalls, aber dafür suchen wir hier nicht gezielt“, sagt **Silke Sydekum-Sandt, Design, Oui**. „Begeistert bin ich auch von den Fancies – für große Tellerröcke, sowohl für den Alltag als auch für besondere Anlässe. Wir versuchen, Anlasswear ins Frühjahr mitzunehmen. Dafür haben wir tolle Pailletten- und leicht transparente Federstoffe gesehen“, so Sydekum-Sandt weiter. **Eike Holzner, Designer Womenswear von Maerz Muenchen** sucht vor allem Jersey und Webware. „Für Frühjahr.Sommer 27 setzen wir auf Streifenthemen sowie Minidessins in Hosen und Jacken. Passend zu unserer Marke sind für uns natürliche Optiken und Kompositionen entscheidend“, fasst er zusammen.

Erste Impulse und Zeit für echten Austausch

Für die Besucher war die VIEW ein früher, unverzichtbarer Einstieg in die Saison Spring/Summer 27. Sie nutzen die Messe, um sich gezielt inspirieren zu lassen und erste Farb- und Materialtrends zu identifizieren. Neben der Trendorientierung schätzen Designer, Einkäufer und Mode Professionals die VIEW als wichtigen Ort zum Netzwerken. „Wir suchen auf der VIEW nach Inspiration und Input zu den neuen Farben. Die Messe ist für uns ein wichtiger Startschuss und ein fester Termin im Kalender. Hier bekommen wir eine erste Orientierung für den Sommer“, bekräftigt **Ebba Rügge, Head of Design von Raphaela by BRAX**. **Ingo Hoffmann, Head of Design von Hatiko** sieht es ähnlich: „Auf der VIEW lassen wir uns inspirieren. Der Termin ist für uns wichtig, weil er früher liegt als die MUNICH FABRIC START. Während die VIEW die erste Trendinspiration liefert, ist die MFS der Finish Point.“ Zu den Besuchern der vergangenen VIEW PREMIUM SELECTION zählten Designer, Einkäufer und Mode-Professionals von Premium-Marken und internationalen Herstellern wie Alberto, Alpha Tauri, Another Brand, Atelier Gardeur, Baldessarini, Betty Barclay, black palms the label, BMW, Bogner, BRAX, Bugatti, Closed, Digel, Drykorn, Hanro, Hugo Boss, Iris von Arnim, Lagerfeld, Luisa Cerano, MAC, Maerz Muenchen, Marc Aurel, Marc Cain, Marc O'Polo, Olymp, OUI, Riani, s.Oliver, Schumacher, Seidensticker, Sportalm oder Toni Dress neben vielen weiteren.

Die Aussteller betonen die hohe Relevanz des frühen VIEW-Termins, der es ermöglicht, zum frühestmöglichen Zeitpunkt intensive Kundengespräche zu führen und erste Kollektionen sowie Trendimpulse zu präsentieren. Die Messe mit ihrem exklusiven Portfolio der neuesten Materialentwicklungen und Kollektionen wird als qualitativ hochwertiger Begegnungsort geschätzt, an dem echter Austausch und Business stattfinden. Zu den Ausstellern zählten unter anderem **Achille Pinto, Akin Tekstil, Almodo, Calik Denim, Cervotessile Since 1815, Davaris Textiles, Dutel Creation, Elyaf Tekstil, Emmetex/Masterloom, Erica + Compagnia Della Seta, Eton Textile, Fitecom, Mario Bellucci, Milior, Nova Fides, Özdoku, Panama Trimmings, Riopole, Sharabati, SMI, Takisada, Teijin Frontier, Viscotex, Weft und We Nordic Label Studios**.

„Wir sind sehr zufrieden mit der Besucherfrequenz. Von 9 Uhr morgens bis jetzt (am späten Nachmittag) war unser Tisch durchgehend voll besetzt. Das Feedback ist sehr gut. Mit Emmetex und MasterLoom sprechen wir Kollektionen im mittel- und hochpreisigen Mens- und Womenswear-Segment an. Schon am ersten Tag hatten wir Termine mit Marc O'Polo, Hugo Boss, Bugatti, Brax und PNTS, so lautet ein erstes Round-up von **Lorenzo Franchi, Sales Manager von Emmetex & MasterLoom (Agentur Loomseven)**. **Stephanie Klinder-Leible, Geschäftsführerin der Textilagentur Klinder** zieht ebenfalls ein positives Fazit: „Wir hatten bisher durchgehend zu tun. Ob Marc O'Polo, Iris von Arnim, Marc Cain, s.Oliver, Oui oder Vetono – wir hatten sehr gute Termine. Die VIEW ist für uns extrem wichtig. Zu diesem Zeitpunkt hätten wir so kurz vor Weihnachten keine Chance, unsere Kunden zu erreichen – hier aber schon. Was immer wieder schön zu sehen ist: Designer und Einkäufer lassen sich von den Trendforen inspirieren und kommen auch deswegen direkt zu uns.“

MUNICH INTERNATIONAL FABRIC TRADE SHOW START

Während im Dampfdom abgebaut wird, sind die Vorbereitungen für die MUNICH FABRIC START im gegenüberliegenden MOC in vollem Gange. Vom 27. bis 29. Januar 2026 werden auf der internationalen Fabric Trade Show mit den Show-in-Show-Konzepten BLUEZONE, KEYHOUSE und THE SOURCE bis zu 1.100 Kollektionen ihr umfassendes Angebot an Textilien, Zutaten, textiler Ausrüstung und Sourcing für Spring.Summer 27 zeigen. Die neue Saison Autumn.Winter 27/28 wird dann von der MUNICH FABRIC START zum neuen Sommertermin vom 21. – 23 Juli 2026 eröffnet.

WEITERE STIMMEN:

„Wo gehen die Trends hin? Welche Farben werden für Frühjahr.Sommer 27 wichtig? Auf der VIEW bekomme ich ein erstes Gefühl dafür. Was ich schon sagen kann: Für mich werden es nicht die Brights, sondern gedecktere, milchige Nuancen in Kombination mit Naturtönen. Neben der Inspiration ist die VIEW für mich ein absolutes Highlight, um Kontakte zu knüpfen. Ich treffe hier viele alte Kollegen und nutze die Messe intensiv zum Netzwerken.“

Kat Schrottka, Produktmanagement & Design, Kat Fashion Consultancy

„Wir hatten einen sehr guten Start. Es ging sofort los, jeder Tisch war belegt. In dieser frühen Phase zeigen die Italiener bereits die ersten Dessins – fertig sind auch sie noch nicht, aber sie können schon viel Neues präsentieren. Der Termin der VIEW ist für die HAKA extrem wichtig. Das preVIEW-/reVIEW-Konzept ergibt für das Portfolio unserer Agentur total Sinn.“

Paul Schwarz, Geschäftsführer, Klaas & Hesse Textilagentur

„Mit Artextil bin ich zum ersten Mal auf der VIEW. Artextil wird in Barcelona designt und in China produziert – eine perfekte Kombination. Für Frühjahr.Sommer 27 zeigen wir Leinen, Leinen/Baumwolle und Leinen/Viskose, viel in Unis, aber auch in HAKA-Basic-Checks. Das Interesse ist da. Im Winter habe ich Hongen Woolen auf der VIEW lanciert, und es war ein großer Erfolg. Wir sind bei richtig großen, guten Lieferanten hineingekommen. Das erhoffe ich mir auch für Artextil. Die ersten Gespräche waren sehr vielversprechend.“

Patrick Cabanis, Inhaber der Agentur Patrick Cabanis

„Es ist ein wenig ruhig, aber man kann die VIEW nicht mit der MUNICH FABRIC START vergleichen. Es ist ein anderes Konzept. Für uns ist es wichtig, hier zu sein und zu zeigen, was es Neues gibt – insbesondere im Hinblick auf technische Innovationen, Zertifikate und nachhaltige Materialien.“

Charlotte Bøgegren, CEO, We Nordic Label Studios

„Ich bin sehr begeistert und eine absolute Verfechterin des Konzepts der physischen Messe. Messen sind Begegnungsorte. Ich habe tolle Gespräche geführt, und es entsteht echtes Business. Die VIEW ist eine hochwertige Messe mit einem anspruchsvollen Publikum. Das ist für mich die besondere Qualität dieses Formats.“

Karin Schmitz, Business Development Manager, Peclers Paris

„Tie-Dyes sind wieder im Trend – eigentlich alles, was einen unregelmäßigen Look erzeugt, also Zwei-Ton-Effekte wie Chambrays oder Malfilé. Diese Texturen verleihen dem Kleidungsstück einen zusätzlichen Wert. Bei Streifen und Karos scheinen für Spring.Summer 27 vor allem Streifen stärker zu werden.“

Lorenzo Franchi, Sales Manager, Emmetex & MasterLoom (Agentur Loomseven)

MUNICH INTERNATIONAL FABRIC TRADE SHOW START

DIE NÄCHSTEN MESSETERMINE:

MUNICH FABRIC START | THE SOURCE | BLUEZONE & KEYHOUSE
SPRING.SUMMER 27
27./28./29. Januar 2026
MOC

MUNICH FABRIC START | THE SOURCE | BLUEZONE & KEYHOUSE
AUTUMN.WINTER 27/28
21./22./23. Juli 2026
MOC

www.munichfabricstart.com | www.bluezone.show | www.viewmunich.com