



## blue zone: die Denim-Leitmesse verfolgt weiter ihr Erfolgskonzept

- + hochwertige Neuzugänge
- + Neuaufteilung der Ausstellungsfläche
- + Was geht ab? Tecktronik – die Welt der „Electronic Cityrocker“

Die blue zone, die Leitmesse der Denimspezialisten, verfeinert zur nächsten Veranstaltung ihr Erfolgskonzept. Die Messe, die vom 6. bis 8. Februar 2008 im Rahmen der munich fabric start – pre collections in der Münchener Zenith Halle stattfinden wird, versammelt mit rd. 70 Ausstellern erneut das Who is who der internationalen Denimweber und –wäscher. Gemeldet sind neben den etablierte Top-Firmen wie Kurabo Denim (JPN), Hellenic (GR), Orta Anadolu (TR), Isko (TR) auch neue namhafte Weber und Veredler wie Central Fabrics (HK), Kuroki (JPN), Yilteks (TR), Denim Services (TN) sowie der Full-Packaging-Spezialist Kosmos Textile (GB). Insgesamt neun Neuzugänge (bitte beachten: detaillierte Aufstellung am Textende) verstärken das Angebot. Gleichzeitig wächst die Warteliste. Eine erneute Ausweitung der blue zone auf eine weitere Halle zum September 2008 ist daher in der Diskussion.

Mit ihren Neuausstellern stärkt die blue zone zur Sommersaison 2009 ihre angestammten und expandierenden Kernbereiche Gewebe, Veredlung und Full Packaging. Ergänzend haben die Besucher den direkten Zugriff auf den riesigen Zutaten-Pool im M,O,C mit seinen rd. 150 Ausstellern. Darunter u.a. die Cadica Group, Okinawa, Gritti oder auch Mindtag.

Damit steht München für ein einzigartiges Komplett-Angebot von Trend-Research bis zum Vollgeschäft, das den Jeansern komprimiert alle Business-Möglichkeiten bietet. Die Kontinuität und die Kompetenz, die die munich fabric start Veranstaltungen GmbH seit 2004 mit ihrer blue zone beweist, macht die Veranstaltung heute zur Leitmesse für die Jeans-Vorstufe. Das Besucherplus von 20 Prozent zur letzten Messe unterstreicht die Zugkraft und das steigende Interesse internationaler Brands. „Das klare Konzept, das wir als Denimspezialisten verfolgen, werden wir nicht nur beibehalten, sondern erfolgreich ausbauen“, verspricht Projektleiter Sebastian Klinder.

Dazu gehört zum Februar 2008 auch eine effektivere Nutzung der 5.000qm in der ausgebuchten Zenith Halle. Die Besucherführung wird optimiert, die Trendbereiche großzügiger aufgestellt und im 1. Obergeschoss steht das Restaurant „Blue Angolo“ für die „Pause mit Genuss“ zur Verfügung. Deutlich investiert wird in die Neuentwicklung der Trendbereiche, die von hochkarätigen Vorträgen flankiert werden. Tiefer denn je taucht die blue zone in die Trends der Szene ein. Schärfer denn je werden die aktuellen Hypes der Szene über Videoinstallationen, trendweisende Stoffe und Zutaten gezeichnet. „Tecktronik“ lautet der aktuelle Slogan und steht für Denim-Vibes zwischen Hip Hop, Elektro und Techno. Tecktronik, das ist ein vom Hip Hop inspirierter Tanzstil, der eine neue Generation von kunstsinnigen „Elektronik Cityrockern“ prägt. Sie wollen nur eins: in jeder Sekunde das Leben spüren. Sie suchen den aggressiven Soundmix, die physische Herausforderung und möglichst die neue Streetstyle-Welle. Sie sind in den Halbwelten zu Hause, irgendwo zwischen Virtualität und Realität, und provozieren mit schrillen Parolen und Fluor-Farben. So wird die blue zone zur Partymeile der Individualisten-Gemeinde: Trend und Business am Puls der Zeit.

## Die Neuzugänge in der blue zone, Februar 2008:

Kuroki (Japan)  
Central Fabrics (Hongkong)  
Mimatras (Türkei)  
Premium by Parras – CDI (Mexiko/USA)  
Artistic Fabric Mills (Pakistan)  
Yilteks (Türkei)  
Clariant (Schweiz)  
Kosmos Textile (Großbritannien)  
Denim Services (Tunesien)

###

press office munich fabric start

Krauts PR, Büro für Public Relations GmbH  
Thomas Briel / Michael Müller  
Sternstr. 21, 80538 München  
Fon 089 / 34 69 66, Fax 089/34 69 22  
[munichfabricstart@krauts.de](mailto:munichfabricstart@krauts.de)