

# munich fabric start

## pre collections®

### 24. munich fabric start – pre collections: Trends und Konzepte im Zeichen der Zukunft

- + Saisonstart Sommer 09: München trifft die internationale Textilbranche
- + Trendoffensive der mfs mit neuem Trendforum und Vorträgen rund um die Uhr
- + „fair for kids“: ein deutliches Zeichen der Mitmenschlichkeit
- + ~~No~~ Future: Starke Farben und Lebensfreude zum Modesommer 2009

Die 24. munich fabric start – pre collections rüstet sich. Vom 6. bis 8. Februar 2008 präsentiert sie die ersten Modetrends zum Sommer 2009 und beginnt anders als gewohnt erst am Mittwoch. Diese Verschiebung wurde notwendig, weil der Karneval die bayrische Landeshauptstadt zum Wochenbeginn fest im Griff hat und eine reibungslose Organisation unmöglich wäre.

Zu ihrem saisonalen Branchentreff erwartet die veranstaltende munich fabric start Veranstaltungen GmbH im M,O,C, und in der Zenith Halle wieder über 13.000 Modedesigner und Einkäufer. Diese sind den ersten Trends für die Urban- und Outerwear, für Denim-, Street- und Activewear auf der Spur, und lassen sich die Neuheiten von international führenden Webern, Druckern und Ausrüstern zeigen.

731 Aussteller sind gemeldet, darunter 42 Neuzugänge wie Giesswein Walkwaren aus Österreich, Tessilmaglia und Moda Più aus Italien und Fetish Tissu aus Frankreich. Damit verzeichnet die munich fabric start – pre collections erneut ein deutliches Ausstellerplus gegenüber dem Februar des letzten Jahres mit 680 Firmen. Das heißt für die einzelnen Messebereiche: 447 Aussteller im Segment collections. 157 Kollektionen und damit ein international hochkarätiges Angebot an Zutaten für die Denim- und Streetwear ebenso wie für die Urbanwear im Bereich additional. Die blue zone (Zenith Halle) bestätigt sich mit rd. 70 der weltweit führenden Denimweber und –ausrüster einmal mehr als die internationale Messeplattform für die Jeans- und Streetwear-Vorstufe. Der Asia Salon schließlich präsentiert sich aufgrund des chinesischen Neujahrfestes mit 57 Firmen zwar überschaubarer, aber trotzdem gewohnt kompetent. Neuaussteller aus Indien wie der hochwertige Seidenspezialist Bharat Silks, Fabro de Orient und Soma Textiles treffen auf namhafte Kollektionen aus Japan, Thailand und Südkorea.

Insgesamt ist die Messe erneut bis auf den letzten Quadratmeter ausgebucht. Dies ist auch auf die Tatsache zurückzuführen, dass die Veranstalter den Wunsch von marktstarken Anbietern nach größeren Ständen erfüllt haben.

#### TRENDPERSPEKTIVE

~~No~~-Future lautet der Saisonslogan und ~~No~~-Future prägt das gesamte Messebild. Die farbliche Zurückhaltung der letzten Saisons ist passé. 360 Grad Lebensfreude erwartet die Mode. Sie lässt sich inspirieren von einem Gemisch aus Technik und Natur, Musik und Kunst, Wissenschaft und Ökologie. Reisen und Träume werden ebenso adaptiert wie Mystik und Spirituelles. Man sucht das Gut der Ahnen und weiß es ebenso zu schätzen und zu nutzen wie alte handwerkliche Fähigkeiten. Im progressiven und bis dato unbekanntem Taktmix von Buschtrommeln und Techno-Beats signalisiert die Mode Toleranz und überrascht mit ungewohnten Ausdrucksformen.

Fünf Themen hat die mfs aus den aktuellen Lifestyle-Strömungen formuliert:

*Charisma*: Feine Materialien und ruhige, elegante Farben transportieren eine ausbalancierte Stimmung mit unterschwelligem Seventies-Appeal: Milchglas, Grauschattierungen, Trüffel, Mentol, Ebenholz, das gelbliche Beige von Buttergebäck. Immer wieder werden matte und glänzende Oberflächen gegeneinander ausgespielt.

*Respectknowlogy:* Grün ist das neue Schwarz und das Zusammenspiel von Chemie und Natur das Denken und Handeln ebenso wie die Farben mit Heu, Hauttöne, hell oder wie durch Selbstbräuner gedunkelt (Selftan), Avocadogrün, saurem Gelb, Hellblau und frischem Sommergrün.

*Fantasy:* Hell, zerbrechlich und federleicht, manchmal auch schräg und kitschig zeichnen die Farben poetische Bilder: frivole Rosatöne, Rotnuancen, die an englische Gummibärchen erinnern, treffen auf die transparenten Farben von Bergkristall und Pustebblume.

*Worldfolk:* Die Welt liegt der Mode zu Füßen. Unkonventionell werden Savile-Row-Attitüden mit naiver Kunst und folkloristischen Ornamenten kombiniert. Warme Farben wie das Kupfer des Wüstensandes, Smaragd, das kräftige Kolonialblau Indochinas oder auch das helle Gelb des Zitronenfalters bestimmen das Bild.

*Tecktronik:* Bizarrr und vibrierend kündigt sich ein neuer Streetstyle mit fluoreszierenden Farbspots wie saurem Orange, Grün und Pink, Hellblau, künstlichem Weiß und schimmerndem Schwarz an.

Die Trends wie auch die Unternehmenskulturen werden nach wie vor durch die aktuelle Diskussion um Umwelt und Nachhaltigkeit geprägt. Die drei Messtage werden auch ein Barometer dafür sein, in welchem Maße und mit welcher Geschwindigkeit die Textilbranche diese Themen vorantreibt.

#### NEUES TRENDFORUM

Einen deutlichen Zugewinn in Sachen Trendinformation liefert die munich fabric start mit dem neuen Trendforum, das im Atrium 2 im 1.OG des M,O,C,s installiert wird. In unmittelbarer Nachbarschaft zum Atrium 3 mit seinen hochwertigen Kollektionen wird hier mit zehn Trendinstituten und Designstudios eine eigene Welt der Trends aufgezogen. Bei viel Licht und Luft und in eigens konzipierten Standdesign trifft man u.a. auf WGSN, Peclers Paris, Promostyle, Offermann, Antepima und Mysticstyle, um nur einige zu nennen. Rund um die Uhr finden in einem 250qm großen Forum samt riesiger Kinoleinwand Saisonvorträge statt. Daneben informieren Foren und Trend Areas konzentriert über die aktuellen Trends: vier Colour-Foren und das Additional-Forum im Foyer des M,O,C,s, die Trend Areas an den Eingängen zu den Hallen 1 bis 4 und schließlich die Sample Areas in den einzelnen Stoffbereichen Wolle, Baumwolle/Sportswear, Seidiges und seidenähnliche Stoffe.

Trendpower prägt auch die blue zone, die wie gewohnt in der Zenith Halle stattfindet. Hier wurde die Trendzone ausgeweitet und deutlich progressiver gestaltet, so dass das Profil der blue zone deutlich geschärft wird. Hier, wo sich Street- und Jeanswear treffen, ist kein Platz für Leisetreter wie schon das Saisonmotto verkündet. „Tecktronik“ steht für einen dreitägigen, heißen Trendbeat.

#### FAIR FOR KIDS

Das Projekt „fair for kids“, das die munich fabric start Veranstaltungen GmbH zur letzten Saison gemeinsam mit terres des hommes ins Leben gerufen hatte, um Kindern in Indien eine Schulausbildung zu ermöglichen, hat auch bei den Ausstellern gezündet. Sie konnten sich über die Standbuchung mit einem Euro pro Quadratmeter beteiligen und haben dies in beeindruckender Weise getan. Dem Ziel, ein Schulungszentrum in der südindischen Region nahe Karur zu bauen, kommt man damit schon ein gutes Stück näher. Die Veranstalter hoffen nun, neben den Ausstellern auch die Besucher für das große Gemeinschaftsprojekt gewinnen zu können.

## SERVICES

Wie gewohnt hält die Messe für ihre Besucher ein ausgefeiltes Servicepaket bereit. Shuttle-Busse verkehren zwischen Flughafen und der Messe, aber auch zur Idea Prisco am Prinzregentenplatz. Fest verankert im Ablaufplan ist das große Get Together am zweiten Messetag, dem 7. Februar 2008, ab 18.00 Uhr im Kesselhaus, gegenüber der Zenith Halle, bei dem sich Veranstalter, Besucher und Aussteller treffen und austauschen.

## ERSTE TERMINE AUF DER MUNICH FABRIC START – PRE COLLECTIONS:

### 06.02.2008

12.00 Uhr: Trendvortrag Promostyle, Trendforum Atrium 2  
14.00 Uhr: Trendvortrag WGSN, Trendforum Atrium 2  
16.00 Uhr: Trendvortrag Peclers Paris, Trendforum Atrium 2

### 07.02.2008

11.00 Uhr: Offizielle Pressekonferenz, Fabric Lounge, 2.OG, Studios C und D, 2. OG  
des M,O,C,s  
11.00 Uhr: Trendvortrag WGSN, Trendforum Atrium 2  
14.00 Uhr: Trendvortrag WGSN, Trendforum Atrium 2  
16.00 Uhr: Trendvortrag Trendagentur Offermann, Trendforum Atrium 2  
ab 18.00 Uhr: Get Together, Kesselhaus

### 08.02.2008:

11.00 Uhr: Trendvortrag Trendagentur Offermann, Trendforum Atrium 2

###

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