

PREMIUM

INTERNATIONAL FASHION TRADE SHOW

PRESSEMITTEILUNG

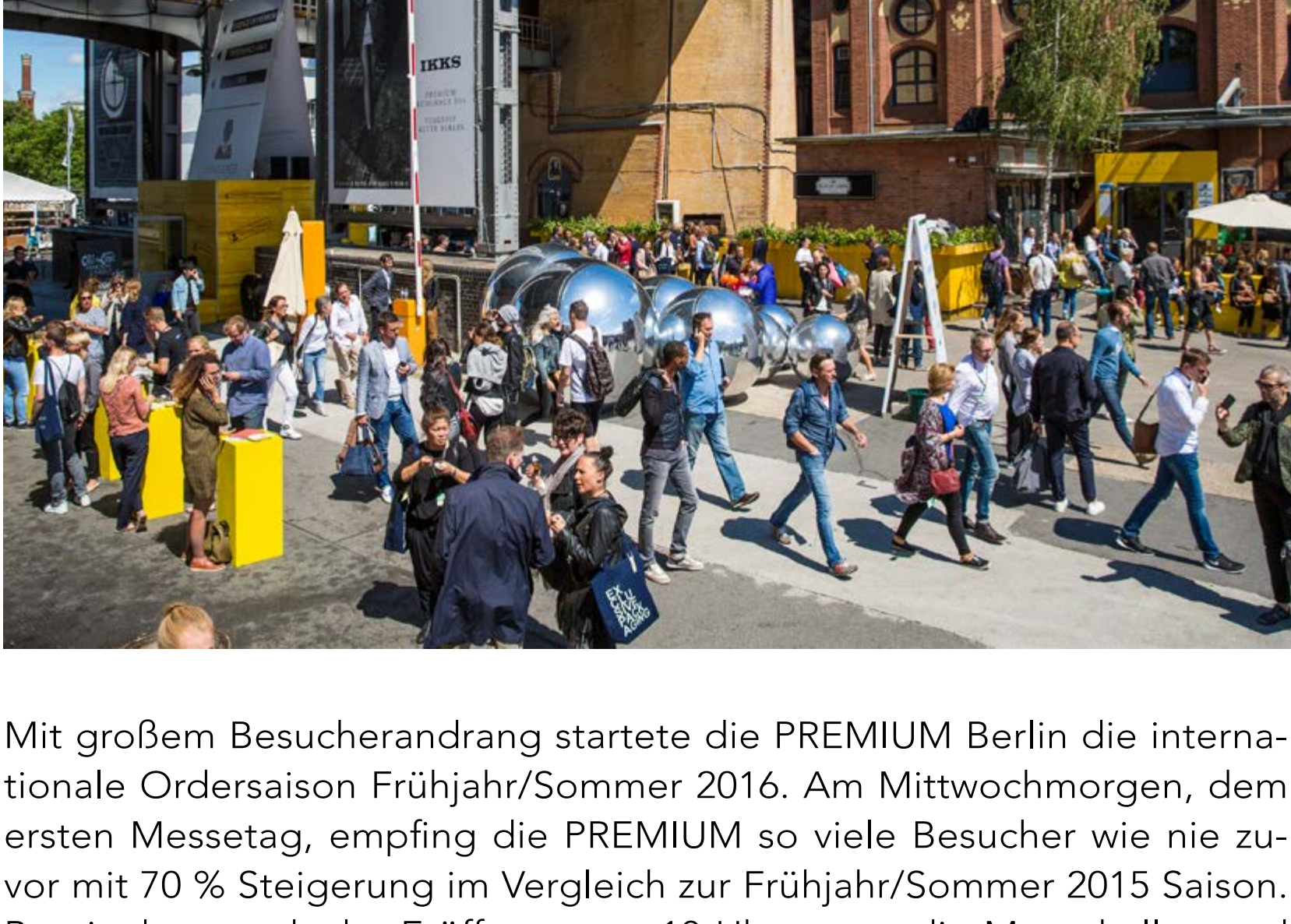
14. JULI 2015

PREMIUM S/S 2016

PREMIUM = BUSINESS, NETWORK, INSPIRATION UND INNOVATION

Vom 8. bis 10. Juli 2015 überzeugte die PREMIUM mit einem starken Brandportfolio, sehr guter Besucherfrequenz vor allem an den beiden ersten Messetagen, sehr positiver Resonanz auf das neue, innovative Konferenzformat #FASHIONTECH BERLIN und überzeugenden Serviceleistungen.

BESUCHER



Mit großem Besucherandrang startete die PREMIUM Berlin die internationale Ordersaison Frühjahr/Sommer 2016. Am Mittwochmorgen, dem ersten Messetag, empfing die PREMIUM so viele Besucher wie nie zuvor mit 70 % Steigerung im Vergleich zur Frühjahr/Sommer 2015 Saison. Bereits kurz nach der Eröffnung um 10 Uhr waren die Messehallen und die Stände hoch frequentiert. Obwohl nach dem überwältigenden Start die beiden Folgetage weniger Frequenz verzeichneten, war das Gesamtergebnis im Vergleich zur Frühjahr/Sommer 2015 Saison positiv mit einem Besucherplus von 5 %. Der Anteil internationaler Besucher sowie die Aufteilung auf die Länder war weitestgehend gleich.

Deutschland 31 % (-1) | Österreich & Schweiz 4 % (+/- 0) | Südeuropa 18 % (-2) | Frankreich & Benelux 20 % (+2) | Übersee 12 % (+/-0) | Skandinavien 6 % (-1) | UK & Irland 6 % (+1) | Osteuropa 3 % (+1) > 69 % internationale Besucher

„Die Resonanz am ersten Messetag war sehr gut – sowohl auf der PREMIUM als auch auf der SEEK. Diese Saison hat sich die Besucherfrequenz etwas ungünstig verteilt. Die einmalige Terminverschiebung diese Saison war notwendig, um im internationalen Messengeschehen alle Termine sinnvoll zu koordinieren. Nächste Saison ist ein einheitlicher Termin vom 19. – 21. Januar 2016 geplant.“
Anita Tillmann

PORTFOLIO



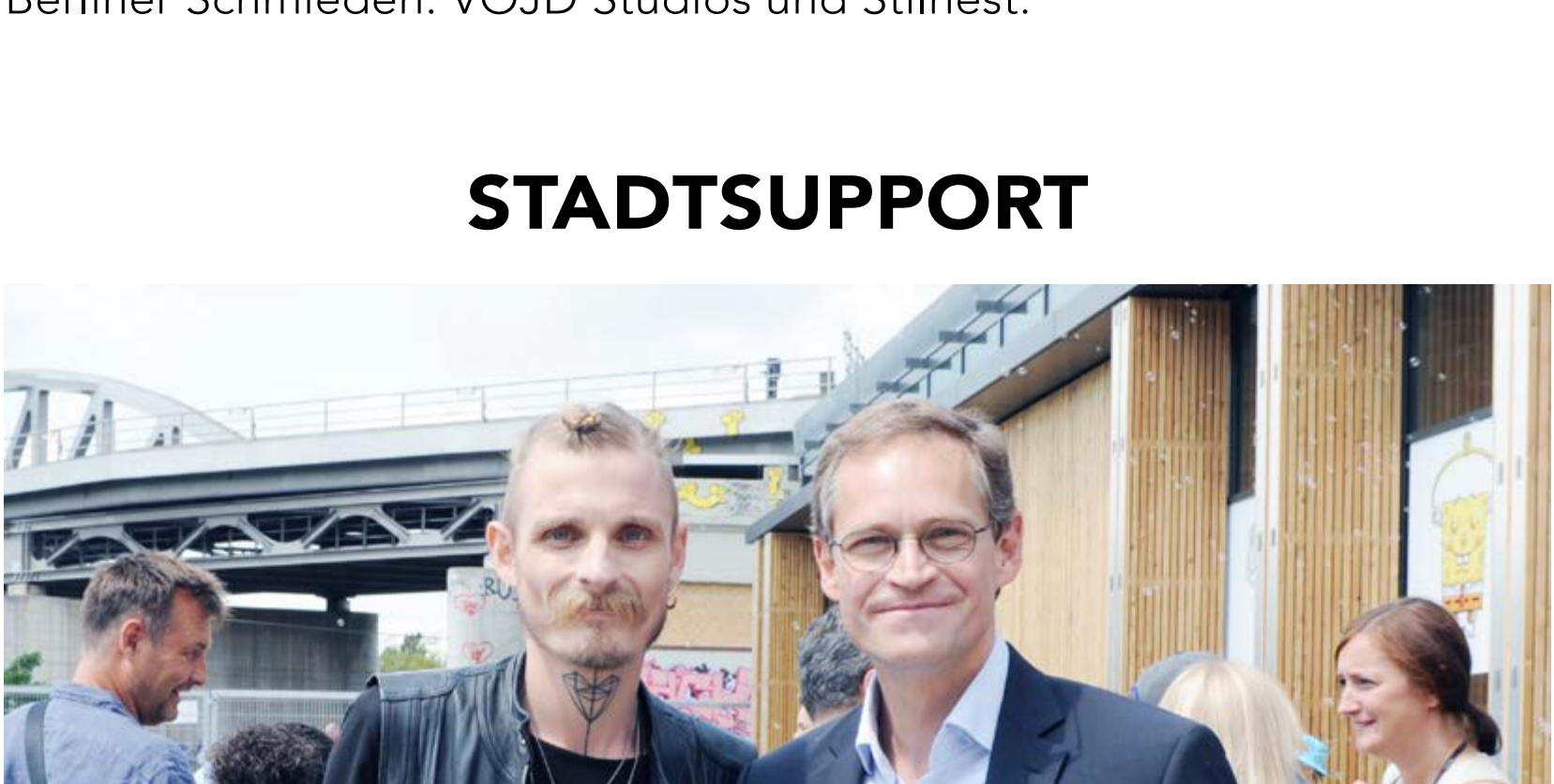
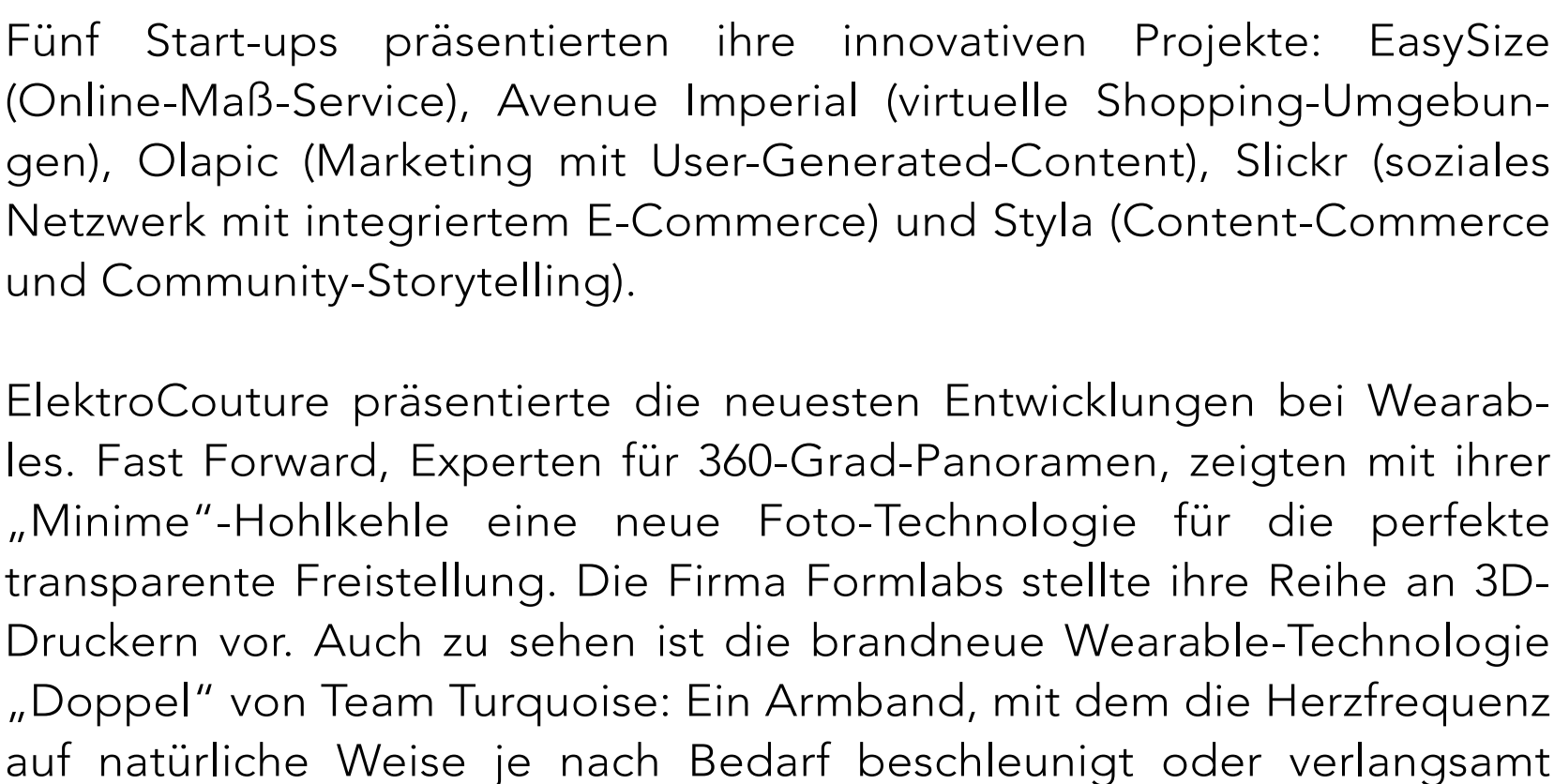
Mit 1.000 Brands, davon mehr als 200 Neuaussteller, präsentierte die PREMIUM eine Komposition aus 1.800 hochwertigen Kollektionen, die speziell auf die Bedürfnisse des Handels und die aktuellen Anforderungen an das handelsrelevante Sortiment abgestimmt waren. Vonseiten des Handels wurde besonders die optimierte Hallenstruktur nach Themenwelten gelobt, die es dem Einkäufer ermöglicht, seine Order schnell und konzentriert abzuwickeln.

Sehr positives Feedback vonseiten der Presse und des Handels bekam die Präsentation der „Patrick Loves SpongeBob by PM“-Kollektion, die auf der PREMIUM ihr weltweites Debut feierte und die von Friedrich Liechtenstein mit einem seiner bekannten Bademantel-Auftritte begleitet wurde.

Die Activewear-Halle mit dem neuen Trend, der zum nächsten Sommer das Straßenbild Deutschlands bestimmen wird, wurde mit sehr viel Interesse vom Handel angenommen. Der Trend wurde besonders durch die Vielfältigkeit der Produkte, die von Büchern über Food bis hin zu Lifestyle-Produkten rangierte, ideal inszeniert.

„Auch diese Saison haben wir durch die Neuzugänge Inspirationsfelder für die Einkäufer geschaffen. Wir liefern dem Handel Perspektiven und wertvolle Impulse für die Sortimentszusammensetzung – wichtige Aspekte für jeden Einzelhändler, um sich am Markt zu positionieren.“
Anita Tillmann

#FASHIONTECH BERLIN

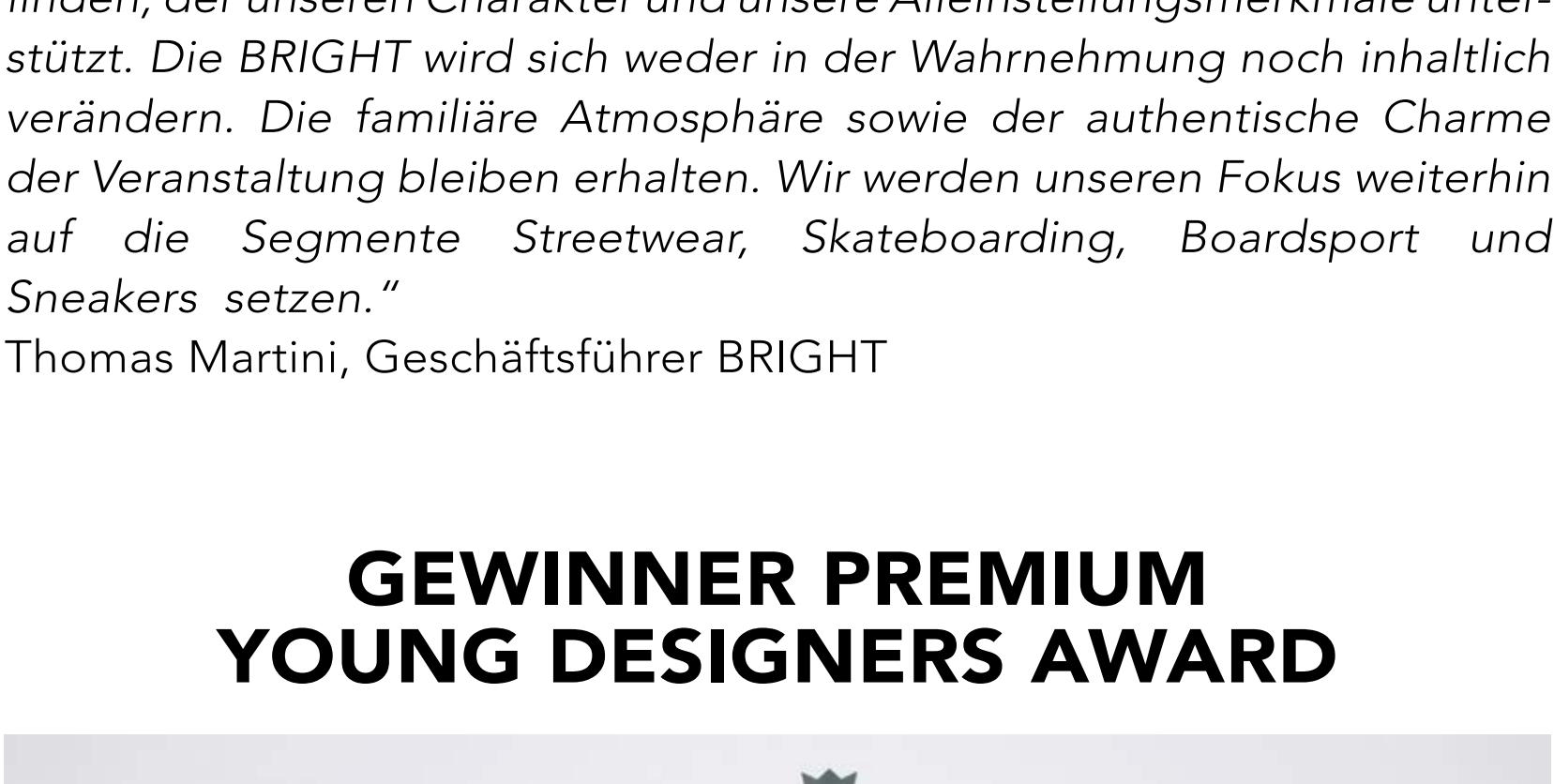


Die bereits dritte #FASHIONTECH BERLIN Konferenz in diesem Jahr startete am 8. Juli 2015 rund um die Themen Retail & E-Commerce, Marketing & Kommunikation und Wearables & Design – mit überwältigender Resonanz. Experten aus der Industrie, Designer und zahlreiche Vertreter von Start-ups besuchten die Konferenz mit begleitender Ausstellung im 4. Stock des Kühlhauses der STATION-Berlin. Beeindruckend war die Vielfältigkeit der Besucher, die aus Toronto, Seattle, Dubai, Rio de Janeiro und Japan angereist waren. Mit der begleitenden Ausstellung, die von Gadgets über Schmuck- und Fashion-Kollektionen, Produkte, Dienstleistungen und neue Techniken präsentierte, wurde den Besuchern hautnah gezeigt, wie #FASHIONTECH in der praktischen Umsetzung aussehen kann.

Fünf Start-ups präsentierten ihre innovativen Projekte: EasySize (Online-Maß-Service), Avenue Imperial (virtuelle Shopping-Umgebungen), Olapic (Marketing mit User-Generated-Content), Slickr (soziales Netzwerk mit integriertem E-Commerce) und Styla (Content-Commerce und Community-Storytelling).

ElektroCouture präsentierte die neuesten Entwicklungen bei Wearables. Fast Forward, Experten für 360-Grad-Panoramen, zeigten mit ihrer „Minime“-Hohlkehle eine neue Foto-Technologie für die perfekte transparente Freistellung. Die Firma Formlabs stellte ihre Reihe an 3D-Druckern vor. Auch zu sehen ist die brandneue Wearable-Technologie „Doppel“ von Team Turquoise: Ein Armband, mit dem die Herzfrequenz auf natürliche Weise je nach Bedarf beschleunigt oder verlangsamt werden kann. Erlesene 3D-Schmuck-Kreationen gab es von gleich zwei Berliner Schmieden: VOJD Studios und Stilnest.

STADTSUPPORT



Auch der neue Regierende Bürgermeister von Berlin, Michael Müller, der die PREMIUM am Mittwochmorgen bereits in der zweiten Saison besuchte, konnte sich einen Überblick über die Internationalität und Inspirationskraft der Messeplattform verschaffen.

PARTNERS IN CRIME BECOME BROTHERS IN ARMS

Am 10. Juli 2015 erwarb die PREMIUM-Gruppe die BRIGHT, Messe für Street- und Sportswear, deren Wurzeln in der Skateboardkultur begründet sind. Auch nach der Übernahme der Anteile der BRIGHT-Gründer Marco Aslim und Thomas Martini bleiben diese als Geschäftsführer und kreative Köpfe erhalten. Die inhaltliche Unabhängigkeit beider Formate und ihr jeweils speziell ausgerichteter Fokus bleiben auch in Zukunft bestehen. Zusammen mit der SEEK, der führenden Plattform für Contemporary Menswear, entsteht so ein neuer Hub für Street- und Urbanwear sowie progressive Menswear in Berlin. Beide Messen präsentierten sich bereits diese Saison erstmals gemeinsam auf dem Gelände der ARENA Berlin mit insgesamt ca. 600 Marken auf knapp 17.500 qm. Diese räumliche und zeitliche Zusammenführung soll beibehalten und ausgebaut werden, um den nationalen und internationalen Einkäufern ein noch attraktiveres Angebot bieten zu können. Die inhaltliche Unabhängigkeit beider Formate und ihr jeweils spezieller Fokus bleiben auch in Zukunft erhalten.

„Mit der einflussreichen PREMIUM einerseits sowie BRIGHT und SEEK andererseits stärken wir den Modestandort Berlin und übernehmen damit die Führungsrolle mit einem kraftvollen Angebot. Mit Blick auf die Veränderung des Modemarkts und die Auswirkungen der Digitalisierung sehen wir Kreativität und Konsolidierung als die beiden entscheidenden Treiber der aktuellen Marktentwicklung. Dabei setzen wir auf gemeinsame Prozesse im Hintergrund, um Synergien zu nutzen, Stärken zu bündeln und Potentiale auszuschöpfen. Der kreative Part, und damit die Reaktionszeit in der Identifizierung von Trends, bleiben hingegen getrennt, um klare und unverwechselbare Profile der einzelnen Messen sicherzustellen.“
Jörg Arntz, Geschäftsführer PREMIUM-Gruppe

„Wir freuen uns sehr auf den Zusammenschluss mit der PREMIUM und der SEEK! Neben der persönlichen Verbundenheit gibt uns die Gruppe die nötige Rückendeckung, die BRIGHT in enger Zusammenarbeit mit der SEEK zur führenden europäischen Messeplattform für Sports- und Streetwear zu entwickeln. Für uns war es wichtig, einen starken Partner zu finden, der unseren Charakter und unsere Alleinstellungsmerkmale unterstützt. Die BRIGHT wird sich weder in der Wahrnehmung noch inhaltlich verändern. Die familiäre Atmosphäre sowie der authentische Charme der Veranstaltung bleiben erhalten. Wir werden unseren Fokus weiterhin auf die Segmente Streetwear, Skateboarding, Boardsport und Sneakers setzen.“
Thomas Martini, Geschäftsführer BRIGHT

GEWINNER PREMIUM YOUNG DESIGNERS AWARD



Seit 2009 vergibt die PREMIUM den PREMIUM YOUNG DESIGNERS AWARD in den Kategorien Womenswear, Menswear und Accessoires. Erstmals wurde diese Saison eine neue Kategorie – das „Season's Special“ – eingeführt, in der ein Newcomer eines speziellen Trendbereiches gekürt wird. Als Gewinner des „Season's Special“ glänzte das amerikanische Activewear-Label NO KA'OI. Franca Foligatti, Head of Marketing, erfreute sich über das gesteigerte Interesse an ihrem Talents-Stand: „Wir sind sehr glücklich, hier zu sein. Einkäufer von Mexiko bis Hong Kong interessieren sich genauso für unsere Kollektion, wie auch die großen deutschen Einkäufer von KaDeWe und Zalando“. Die Gewinner der Kategorien, das Londoner Label Fyodor Golan für Womenswear, der Berliner Designer Mads Dinesen für Menswear und das in Berlin und New York ansässige Label Silke Debler für Accessoires, präsentierten ihre Designs erfolgreich dem internationalen Fachpublikum und zeigten sich über die große Aufmerksamkeit vonseiten der Besucher begeistert. Die erstmalig stattfindenden PREMIUM TALENTS TOUREN trugen zum gesteigerten Erfolg bei. Journalisten, Einkäufer und Produzenten knüpften in persönlich geführten Touren direkten Kontakt zu den Nachwuchsdesignern von morgen.

SERVICES

Mit der strategischen Allianz zum Joint Ticketing zwischen PREMIUM, SEEK, BRIGHT, Green Showroom, Ethical Fashion Show und Show & Order rückten die Messen der Berlin Fashion Week näher zusammen. Alle Messen im Innenstadtbereich waren darüber hinaus über Shuttle-Services verbunden. Auf der PREMIUM geht der Servicegedanke sogar noch einen Schritt weiter: Mithilfe des Brand-Match-Tools kann sich der Besucher ein persönliches Profil erstellen, um sich vor Ort über die PREMIUM App seine persönliche GPRS-basierte Route erstellen zu lassen, neue Kollektionen vorschlagen zu lassen und sich inspirieren zu lassen. Die Personalisierung erhöht dabei den Effizienzgrad des Messebesuchs und spart Zeit.

HR-Bilder finden Sie online unter www.premiumexhibitions.com/press

SEE YOU NEXT SEASON

PREMIUM
INTERNATIONAL FASHION TRADE SHOW

JANUARY 19 -21, 2016
STATION BERLIN

SAVE THE DATE

PREMIUM
ORDER MUNICH

AUGUST 8 - 11, 2015
MOC MÜNCHEN

PRESSEKONTAKT

CHRISTINE ZEINE
C.ZEINE@PREMIUMEXHIBITIONS.COM
+49 (0)30 62908537

WWW.PREMIUMEXHIBITIONS.COM

