



MUNICH
FABRIC
START

MUNICHFABRICSTART.COM

INFO BROSCHÜRE

24 - 26 JANUAR 2023

SPRING.SUMMER 24

INSPIRATION & INFORMATION ZUM SAISONSTART



Als eine der führenden Europäischen Textilmessen zeigt die **MUNICH FABRIC START** zweimal jährlich ein qualitatives Portfolio internationaler Stoff- und Zutatenhersteller, die ihre neuesten Entwicklungen und Innovationen in München präsentieren.

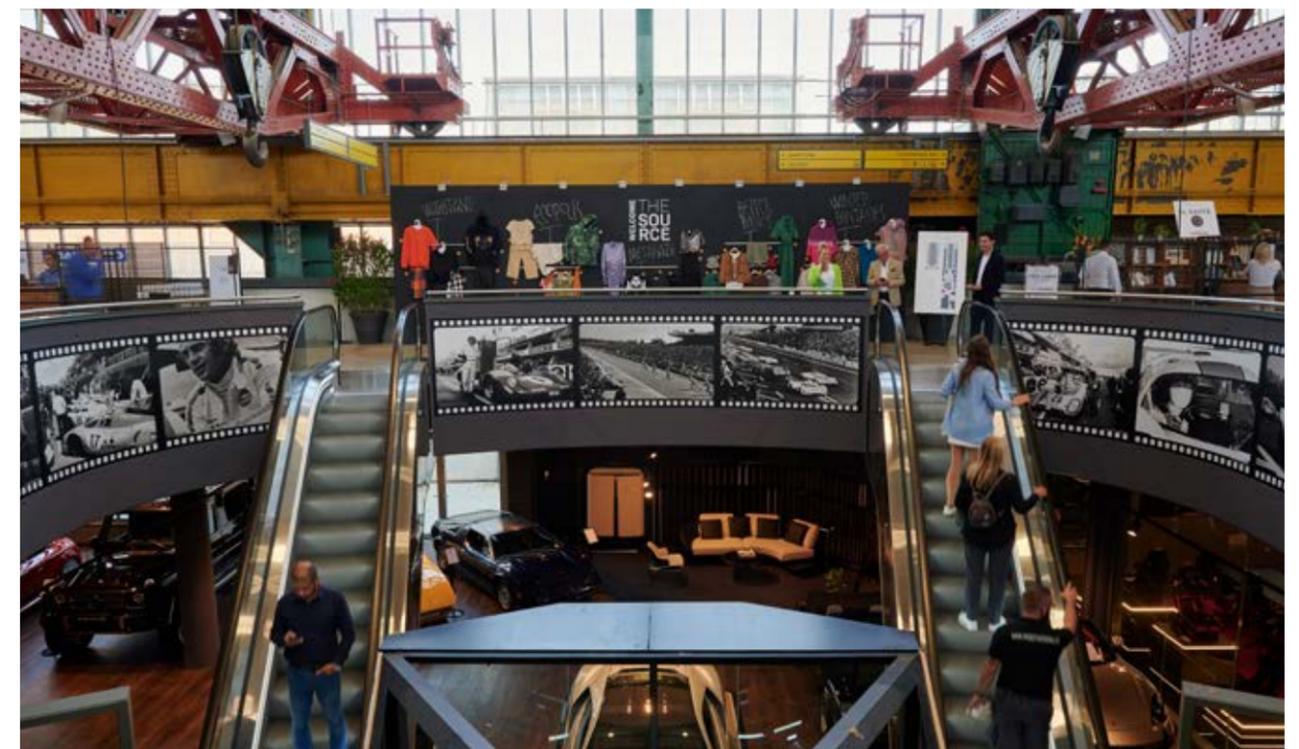
Mehr als 900 Hersteller aus 40 Ländern, über 1500 Kollektionen und ein umfassendes Angebot machen die **MUNICH FABRIC START** zu einer internationalen Business Plattform in einzigartigem Messeformat.

Designer, Produktmanager und Einkäufer schätzen die Kompetenz, die professionelle Arbeitsatmosphäre, das exklusive Rahmenprogramm sowie die

Bandbreite an Trendinformationen und Inspiration, die jede Saison bis zu 20.000 Fachbesucher nach München zieht.

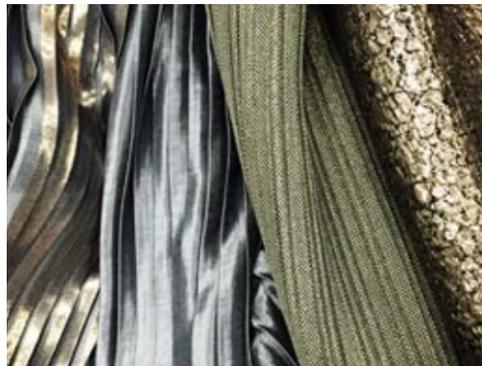
Die **MUNICH FABRIC START** umfasst die Areas Fabrics, Additional, Design Studios, **THE SOURCE**, **ReSource** sowie das Innovationszentrum **Keyhouse**. Zeitgleich zur **MUNICH FABRIC START** findet auf dem **Zenith** Gelände die internationale Denim Trade Show **BLUEZONE** statt.

Das Team der **MUNICH FABRIC START Exhibitions GmbH** organisiert außerdem zwei Mal jährlich die **Preview Textile Show VIEW Premium Selection**.



DISCOVER THE SOURCE

8 RICHTUNGSGEISENDE AREAS



FABRICS



ADDITIONALS



DESIGN STUDIOS



THE SOURCE



KEYHOUSE



ReSOURCE

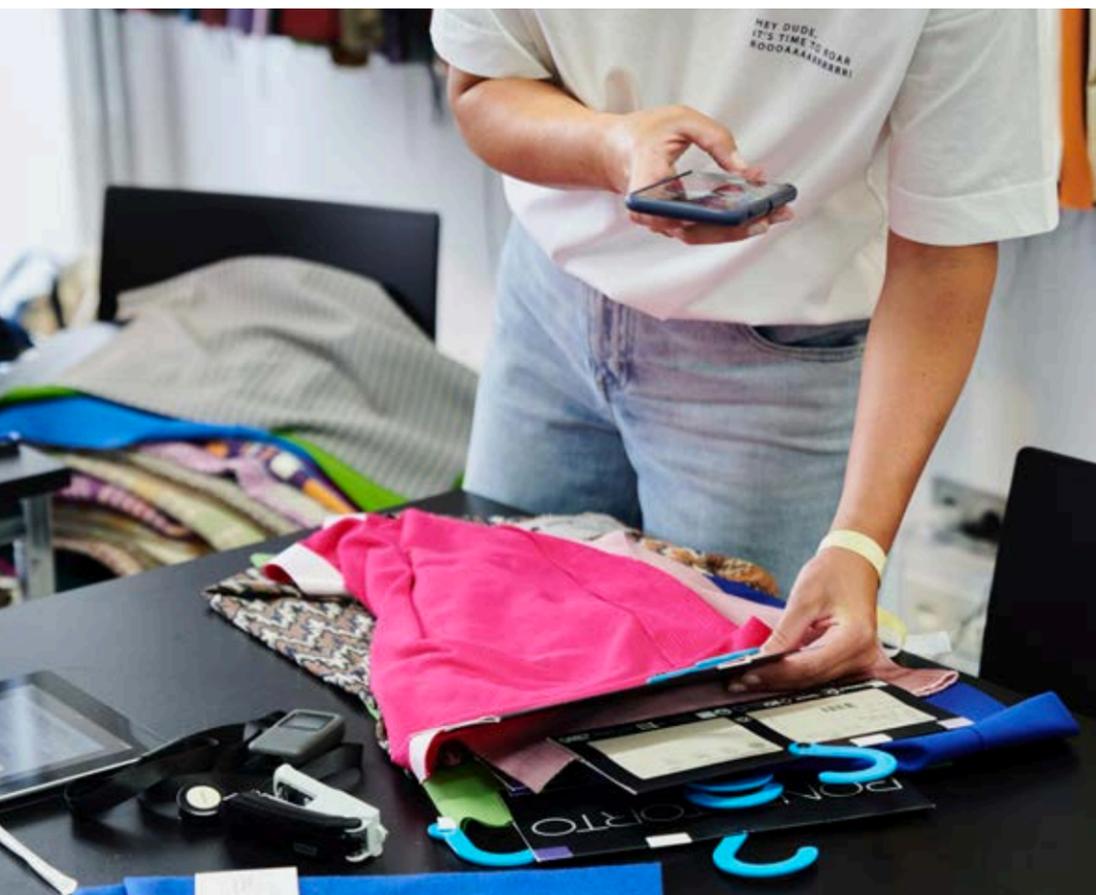


SUSTAINABLE INNOVATIONS

BLUEZONE

INTERNATIONAL DENIM TRADE FAIR





FABRICS

Insgesamt präsentieren jede Saison rund 600 internationale FABRICS Anbieter das komplette Produktportfolio aus modischen Textilien von Basics bis Haute Couture Kollektionen für die wichtigsten Bekleidungssegmente.

In der Halle 3 und 4 im MOC gehören dazu unter anderem Web- und Strickstoffe aus Wolle, Baumwolle, Seide & Seidenähnliches sowie Funktionsmaterialien. Auch Fasern wie z.B. Bambus- oder Polylactidfasern, Hightech-Beschichtungen und intelligente Textilsysteme für den Activewear-Bereich sind hier zu finden. Nachhaltige

Textilien, die eine Öko-Zertifizierung haben, erhalten eine zusätzliche Präsentationsplattform im Rahmen von ReSOURCE (weitere Informationen zu ReSOURCE auf Seite 8).

Einige Aussteller im Fabrics Bereich sind: Albini, Belinac, Carlo Barbera, Ecopel, Fabric House, Iskur, Lenzing, Liberty Fabrics, Lisa, Manteco, Marzotto Wool, Paulo de Oliveira, Raymond, Stylem, Thermore, Yünsa.



ADDITIONALS

Neben den Stoffen bilden Zutaten und Accessoires den zweiten Schwerpunkt der Messe. Rund 200 der weltweit führenden Zutaten-Spezialisten präsentieren auf der MUNICH FABRIC START funktionelle wie dekorative Accessoires und Detaillösungen.

ADDITIONALS zeigt die aktuellsten Trends zu Knöpfen, Bändern, Zierteilen, Ziersteinen, Verschlüssen und Etiketten. Hier werden die jüngsten Entwicklungen für Futterstoffe, Spitzen, Stickereien oder Einlagen gezeigt und Komplettlösungen für das Labelling & Branding angeboten.

Einige Aussteller in diesem Bereich sind: Knopf-Schäfer, A-TEX, Frameless, Shindo, Union Knopf, Riri, Cadica Group, Bodo Jagdberg, Nilorn, Panama Trimmings, Bornemann, We Nordic, Ribbonline, SCAYS Group, Victor, MyZip, Aschei.





DESIGN STUDIOS

Initiiert im September 2012 ist DESIGN STUDIOS die konkrete Antwort auf das Bedürfnis der Textilbranche nach progressiven Ideen und individuellen Designlösungen. Die innovative Kreativ-Plattform der MUNICH FABRIC START hat sich als eigenständiges Ausstellungsformat im Atrium 3 etabliert und eröffnet Besuchern eine kreative Dimension für Prints, Designs und Patterns. Textildesigner und Design Studios aus aller Welt präsentieren ihre neuesten Entwicklungen, die den kreativen Sourcing - Prozess erheblich flexibler gestalten.

Einige Aussteller in diesem Bereich sind: Boggia Disegni, Circleline, Lica Design, Fluxus, Fusion CPH, Design Union, Zisser, Bernini, Buntastic, Eleonora Clerici, Le Studio Copenhagen, White Studio, The Robert Dax, Imago Studio.



ReSOURCE

Mit ReSOURCE als Nachfolger der seit September 2009 etablierten **organicselection** hebt die MUNICH FABRIC START Nachhaltigkeit auf die nächste Stufe. **ReSOURCE präsentiert aktuelle Materialentwicklungen und textile Innovationen, die umweltschonend und sozial produziert wurden und bietet eine Plattform für innovative Materialentwicklungen.**

Zu zukunftsweisenden Innovationen gehören neben natürlichen, biologischen oder recycelten Fasern längst neue Modelle der Kreislaufwirtschaft mit regenerativen Zellulosefasern oder Biokunststoff-Technologien (sog. Bioplastics). Darüber hinaus ist Transparenz in Beschaffungs- und Produktionsketten sowie der Einsatz ‚sauberer‘ Nassverarbeitungsmethoden ein wichtiger Baustein für eine nachhaltige Zukunft.

ReSOURCE PRÄSENTIERT NACHHALTIGE STOFFE UND ZUTATEN IN DEN FOLGENDEN KATEGORIEN:

- RECYCLED
- BIODEGRADABLE
- POLLUTION-FREE
- NATURAL
- REGENERATED CELLULOSICS
- INNOVATIVE ALTERNATIVES
- DENIM
- GOTS

Die Auswahl an rund 700 Eco Fabrics und über 100 Accessoires kann auch ganzjährig online auf www.resource-textiles.com gesourct werden.

Abgerundet wird das Forum durch die Präsenz von internationalen Standardgebern, Zertifizierern und Non Profit-Organisationen, die fundierte Informationen und Neuheiten zu Entwicklungen im Nachhaltigkeits-Bereich geben.

Let's ReSOURCE.



THE SOURCE

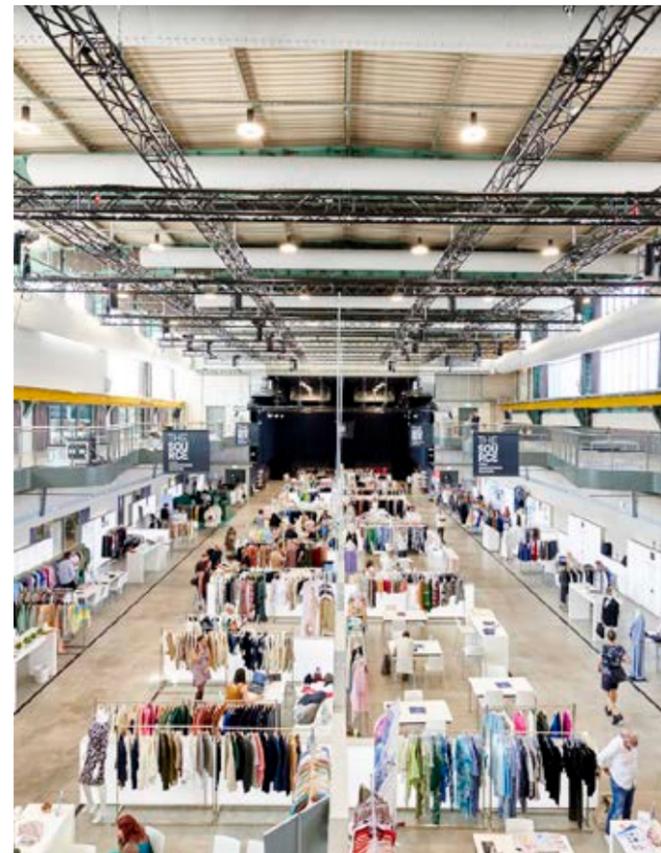
IN DER NEUEN HALLE 8

Die Munich Fabric Start wird mit der Eröffnung der neuen HALLE 8 zu einer vollumfänglichen Fashion Sourcing Destination: THE SOURCE ist eine One-Stop-Sourcing-Plattform und die neue Bühne für Komplettanbieter mit End-to-End-Lösungen von PLV bis White-Label für Marken, Labels und den Einzelhandel.

Als hochwertige Sourcing-Plattform findet THE SOURCE terminlich und am gleichen Standort parallel zur MUNICH FABRIC START & BLUEZONE statt und spiegelt den gleichen, qualitativ hochwertigen Ansatz wider.

Die Location bietet ein exklusives, speziell auf das Ambiente abgestimmtes und ästhetisches Standsystem und eine hochwertige Ausstattung. Neben perfekten Lichtverhältnissen sowie einer guten Klima- und Luftzufuhr runden weitere Annehmlichkeiten vom Catering bis zur Hintergrundmusik das zeitgemäße Sourcing-Erlebnis ab und schaffen die ideale Atmosphäre für konstruktives Arbeiten.

Einige Aussteller in diesem Bereich sind: Polopiqué, Athos Pallas, Blok Moda, Calvi, Compass Tex, Edsa, Lagoon, Fatilino, Sourcetextile, PRICOH'S - Italian Knitwear Company, SM Senra, Toptrends, Union 3 Fashion, Tetricérica, Emek Global Tekstil oder Barse Tekstil.



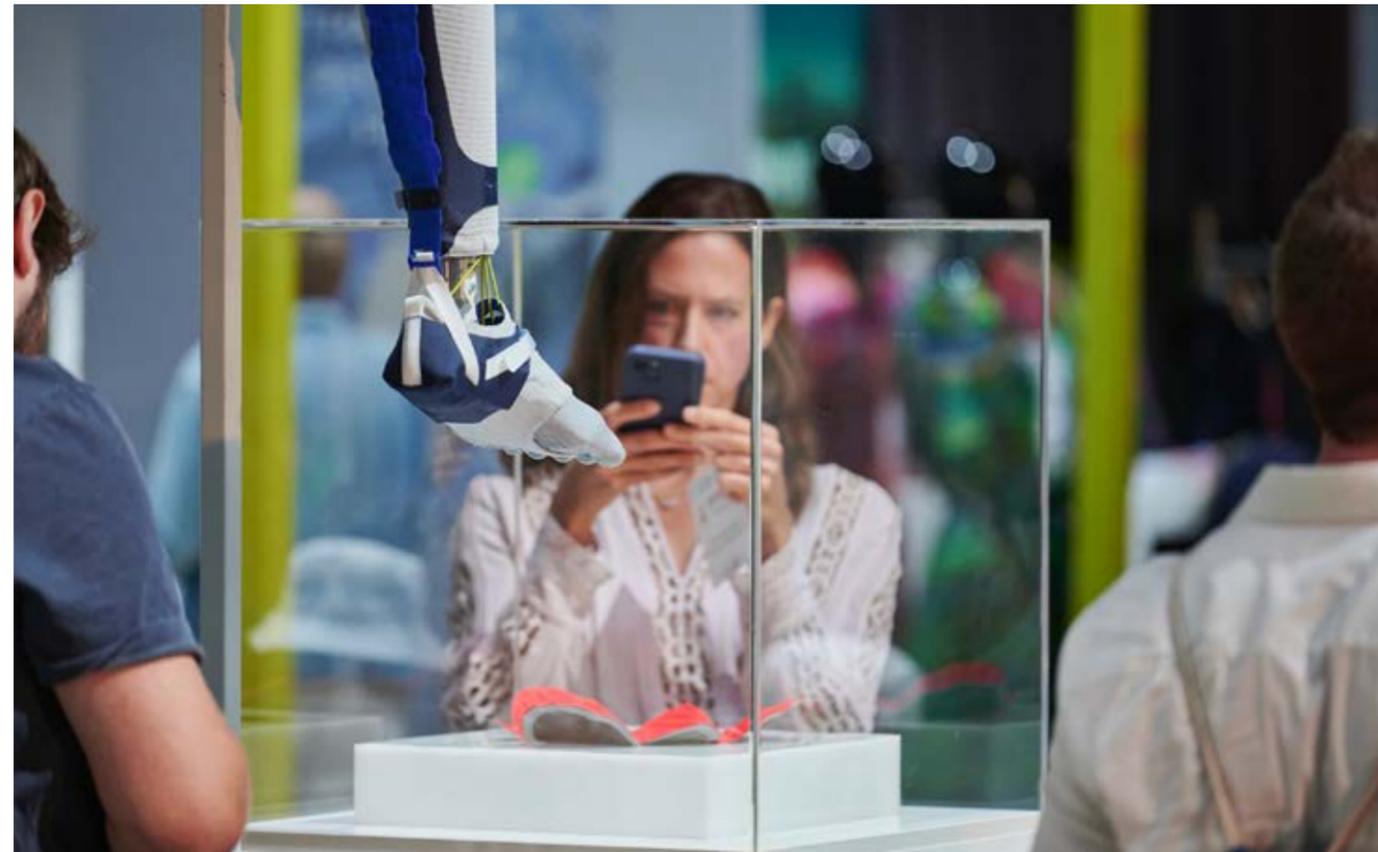
KEYHOUSE

Das im August 2016 lancierte KEYHOUSE ist das Innovations- und Kompetenzzentrum für Textilien und Produkte mit hohem Innovationscharakter. Inszeniert als interaktiver Think Tank stehen Future Fabrics, neue Technologien und zukunftsweisende Show Cases neben nachhaltigen Entwicklungen, Experten-Workshops und Trendseminaren im Spotlight. Sei es in Punkto Nachhaltigkeit, Technologie, Finishing oder Research.

Progressive Anbieter und Global Player aus branchenübergreifenden Bereichen präsentieren aktuelle Neuentwicklungen, Innovationen und Technologien im atmosphärischen Industriecharme des KEYHOUSE. Auf über 1.000 Quadratmetern werden richtungsweisende Smart Textiles, Future Fabrics und Technologien mit einem Höchstmaß an Integration in textile Produkte und High Fashion und im Kontext von branchenübergreifenden Macro Trends gezeigt.

Das KEYHOUSE steht für eine neue Dynamik und Progressivität, die zukunftsweisend ist für eine Branche, die sich immer wieder neu erfindet. Ein Think Tank von textiltechnischem Know-how, individuellem Product Placement, strategischen Firmenkooperationen, neuen Produktionsprozessen, Ressourcen-Nutzung und der Zusammenführung von richtungsweisenden Technologien.

Einige Aussteller sind: Archroma, KPMG, Lenzing, UN Global Compact, Lectra, Assyst, Vizoo, Coccccon, Microsoft, Lenzing - Tencel™, Montega Chemical Solutions, Pyratex, Lunative Lab, Pauline van Dongen, Holst Centre, Reactive Reality AG, CLO Virtual Fashion, Officina +39, Wiser, Haelixa, Kornit Digital Europe, ReTraze, RecycLeather, ImPuls oder Toray International Europe.



BLUEZONE

Die BLUEZONE wurde im Jahr 2003 als erste der eigens für Denim ausgerichteten Trade Shows initiiert und gilt als einzigartige Denim Show für die Textilbranche. Sie konzentriert in der Halle 6 & 7, in unmittelbarer Nähe zum MOC, die Stoff- und Zutateninnovationen für den Denim- und Sportswear-Bereich. Mittlerweile präsentieren mehr als 100 Anbieter, darunter die weltweit führenden Weber, Ausrüster und Wäscher, die neuesten Entwicklungen für die Denim-, Street- und Sportswear.

Ökologisch und nachhaltig produzierte Denim-Artikel und umweltfreundliche Innovationen für Denim- und Sportswearstoffe werden zudem in der ReSOURCE Area gezeigt, die die komplette Bandbreite an nachhaltig produzierten wie zertifizierten Stoffen und Zutaten präsentiert.

Einige Aussteller der BLUEZONE sind: Orta Anadolu, Tejidos Royo, Bossa Denim, Calik Denim, The Lycra Company, Sharabati Denim, Naveena Denim Ltd, Panther Denim / Tat Fung Textile, Imatex, Prosperity, Berto, Velcorex, Dorlet, KT Trims, Denim Authority, ISKO, Blue fingers SARL, Denim Team und Advance Denim.



LOCATION

Die **MUNICH FABRIC START** findet in einem modernen Messe- und Veranstaltungszentrum, dem **Munich Order Center (MOC)**, im Münchener Norden statt. Die besondere Architektur ist lichtdurchflutet und bietet Raum für verschiedene Stand- und Präsentationsmöglichkeiten. Das Angebot an Ausstellungsflächen reicht von weißen Messeständen über Atrien mit Tageslicht-Einfall bis hin zu individuellen Studios. Dies ermöglicht eine angenehme und produktive Arbeitsatmosphäre, die sowohl von Ausstellern als auch Besuchern immer wieder außergewöhnlich positiv hervorgehoben wird.

Das **KEYHOUSE**, Innovations- und Kreativzentrum der Messe im Kesselhaus, ist als Halle 5 nicht nur räumlich das verbindende Element zwischen der **MUNICH FABRIC START** und der **BLUEZONE**.

Die **BLUEZONE** findet auf dem Zenith Gelände in zwei Hallen (Halle 6 + 7), nur wenige Meter vom MOC entfernt, statt. Die Zenith Halle als alte Werkhalle im Charme der industriellen Vergangenheit der 20er Jahre und der Kohlebunker in einzigartiger Architektur von Tradition mit Moderne schaffen ein inspirierendes und sehr spannungsvolles Arbeitsumfeld für Aussteller und Besucher.

Die neu geschaffene Veranstaltungsfläche für **THE SOURCE** in Halle 8 besteht aus rund 2500m² mit spektakulärer Architektur. Diese Location bietet die perfekte technische Ausstattung und empfängt Aussteller und Besucher mit einem beeindruckenden Eingang, einer hochmodernen Halle und einer zusätzlichen großen Galerie.

Das Veranstaltungsareal der **MUNICH FABRIC START** bestehend aus diesen vier Locations ist gut mit dem Auto wie auch mit den öffentlichen Verkehrsmitteln zu erreichen und bietet ausreichend Parkmöglichkeiten.



FACHBESUCHER



ZU DEN BESUCHERGRUPPEN GEHÖREN:

- Hersteller von Bekleidung und modischen Accessoires
- Vertreter von Einzel-, Groß- und Versandhandelsformen und von Einkaufsverbänden, die Bekleidung oder auch textile Accessoires im Sortiment führen
- Vorlieferanten der Branche
- Handelsvertreter von Bekleidung und modischen Accessoires
- Vertreter verwandter Fachdisziplinen wie zum Beispiel dem Interieurbereich

Seit mehr als 20 Jahren hält sich die Besucherzahl der MUNICH FABRIC START auf einem stetig hohen Niveau.

Neben der gesamten deutschen Konfektion kommen jede Saison Topentscheider sowie Designer aus den europäischen Nachbarländern nach München. Der Auslandsanteil der Besucher liegt bei rund 38 Prozent. Die Qualität der Besucher hält sich auf beständig hohem Niveau mit Marken wie Adidas, Aigner, Alexander McQueen, Armed Angels, Baldessarini, Bogner, Brunello Cuccinelli, Calvin Klein, Cinque, Drykorn, Esprit, G-Star, Gerry Weber, Guess, Holy Fashion Group, Hugo Boss, Joop, Lagerfeld, Mads Nørgaard, Marc Cain, Marcel Ostertag, Marc O'Polo, Ralph Lauren, s.Oliver, Talbot Runhof, Tommy Hilfiger und Zlabels neben vielen weiteren.

Die optimale Businessplattform in Kombination mit detaillierten Trendinformationen und einem breiten Inspirationspool – das ist der Anspruch der MUNICH FABRIC START. Damit liegt ein besonderes Augenmerk auf der richtigen Besucherstruktur. Zugelassen sind ausschließlich Fachbesucher unter Vorlage eines fachspezifischen Nachweises.



KOMMUNIKATION & WERBUNG

Um Ihre Präsenz und Ihren Aufenthalt so effizient und angenehm wie möglich zu gestalten, bietet die MUNICH FABRIC START verschiedene Marketingmaßnahmen sowie umfangreiche Kommunikationsservices. Diese können je nach Saison leicht variieren.

■ TREND FOREN:

Das Trend Forum und die Sample Areas verteilen sich über die gesamte Messefläche. Dort präsentieren und inszenieren wir Ihre eingesendeten Muster nach Trends, Themen und Segmenten für eine trend-orientierte Präsentation der Highlights. Besucher lassen sich in diesen Trend Foren für ihre Kollektionsgestaltung inspirieren. Nutzen Sie diese Möglichkeit einer zusätzlichen Präsenz in den Foren der Messe und senden Sie uns Ihre Muster zu.

■ ONLINE-AUSSTELLERVERZEICHNIS:

Ihre ausführlichen Unternehmensinformationen können von unseren Besuchern auch online abgerufen werden. Dazu bieten wir auf unserer Homepage die detaillierte Ausstellersuche mit verschiedenen Selektionsmöglichkeiten an, die Besuchern die Vor- sowie Nachbereitung der Messe erleichtert.

■ ONLINE PROFIL:

Als Aussteller der MUNICH FABRIC START erhalten Sie einen personalisierten Zugang zur Exhibitor Cloud, um Ihre Stammdaten und Unternehmensinformationen online zu pflegen. Diese werden ebenfalls für Ihren Unternehmens-Eintrag im Messekatalog verwendet.

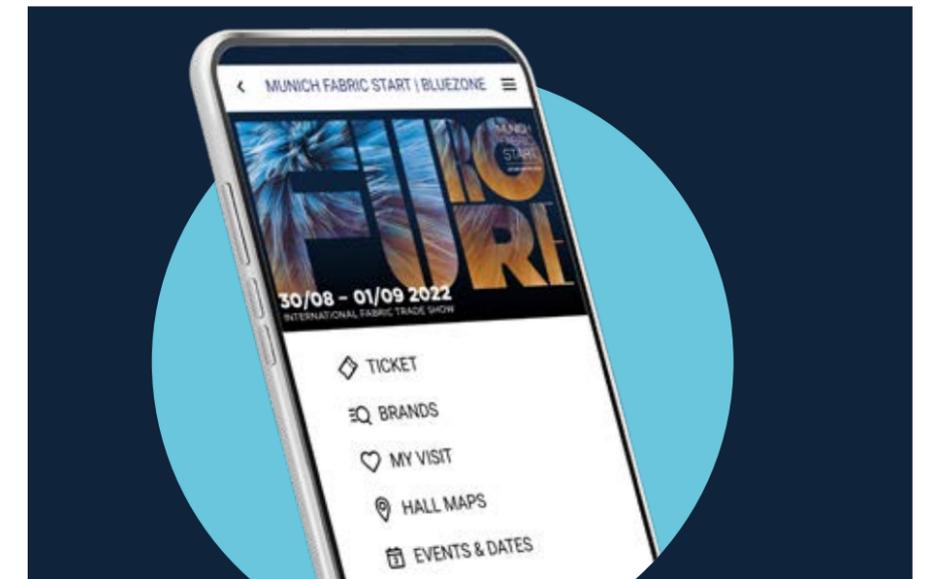
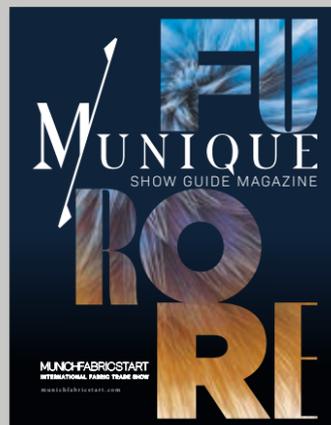
Darüber hinaus bieten wir Ihnen mit dem Online-Profil eine kostenfreie Möglichkeit, Ihre Präsenz auf der Messe optimal online zu bewerben – mit einem umfangreichen Firmenprofil, ausführlicher Produktbeschreibung, Kollektionsbildern, Firmenlogo sowie ihrem Kampagnenmotiv.

■ APP:

Mit der MUNICH FABRIC START App können Besucher einfach und schnell ihre Messenvorbereitung und Gestaltung des Messeaufenthalts planen. Nie war es einfacher, den Messebesuch dank Ausstellerdetails, Hallenplänen und digitalem Besucherticket vorzubereiten und zu dokumentieren.

Vor Ort können Besucher bei jedem Aussteller am Stand einen QR-Code scannen, der sie über die App direkt mit dem Lieferantenprofil verbindet. Hier können Fotos und Notizen gespeichert und der Termin dokumentiert werden.

Während der Messetage informiert die App Besucher wie Aussteller über aktuelle Messe-News und das exklusive Rahmenprogramm. Auch die Nachbereitung des Messebesuchs wird durch die gesammelten Kontakt- und Produktdetails und Notizen erleichtert.



KOMMUNIKATION & WERBUNG

Um Ihre Präsenz und Ihren Aufenthalt so effizient und angenehm wie möglich zu gestalten, bietet die MUNICH FABRIC START verschiedene Marketingmaßnahmen sowie umfangreiche Kommunikationsservices. Diese können je nach Saison leicht variieren.

■ MUNIQUE MAGAZIN:

Das Messemagazin stellt neue Bereiche und Innovationen der Messe vor und präsentiert ihre Kollektions-Neuheiten und redaktionellen Beiträge in einem ansprechenden Magazin. Wir fassen Trends und Aktuelles aus der Branche zusammen. Wir bieten einen umfassenden Ausblick auf die Messe und Ihr Portfolio. Senden Sie uns einfach Ihren Beitrag.

■ SHOW GUIDE:

Der SHOW GUIDE bietet alle Informationen rund um die Messe in einem übersichtlichen Print-Booklet zum mitnehmen. Hier finden Sie Ausstellerlisten, Hallenpläne, eine Produktgruppensuche sowie eine Alphabetische Gesamtübersicht. Ihre Präsenz auf der MUNICH FABRIC START wird hier ebenfalls beworben.

■ ADVERTISING SERVICES:

Die Advertising Services der MUNICH FABRIC START bieten ein umfangreiches Werbepaket für Aussteller – nutzen Sie die Möglichkeit, sich werbewirksam mit einer Anzeige im SHOW GUIDE oder dem MUNIQUE MAGAZIN zu präsentieren. Die entsprechenden Konditionen entnehmen Sie bitte der Übersicht auf Seite 18 oder dem Marketing Guide auf Anfrage.

■ PRESSEARBEIT:

Wir legen Wert auf eine fundierte und korrekte Pressearbeit und kommunizieren die MUNICH FABRIC START in verschiedenen Medien, hauptsächlich aber in der Fachpresse – durch Anzeigenschaltung, redaktionelle Beiträge zu jeder Phase der Veranstaltung, Bannerschaltung sowie Veröffentlichung der Messenfakten in unterschiedlichen Internetportalen. Zudem laden wir die Vertreter der Presse ein und stellen alle relevanten Informationen zur Messe und Ihnen als Aussteller bereit.



TECHNISCHE SERVICES



■ STANDMODULE:

Bei Buchung eines Messestandes erhalten Sie zusätzlich zur Nutzung der Standfläche ein komplettes Ausstattungspaket. Die quadratmeterabhängige Grundausstattung ist im Mietpreis inklusive und beinhaltet Wände, Teppichboden, Tageslichtbeleuchtung, Stand Schild, Tische, Stühle, Konfektionsstangen bzw. Fachböden, einen abschließbaren Schrank, einen Stromanschluss und einen Mülleimer.

■ TECHNIKSERVICE:

Selbstverständlich können Sie zusätzlich zur Grundausstattung viele weitere Elemente für Ihren Messestand bei uns bestellen. Unser technisches Bestellheft beinhaltet die wichtigsten Elemente, Möbel und Zusatzleistungen. Gerne können wir auch individuelle Anforderungen realisieren. Wir bauen den Stand Ihren Wünschen entsprechend auf, so dass Sie lediglich Ihre Kollektion positionieren brauchen.



H3
D 13

Brixiatrade SPA
Italy



SERVICE-ANGEBOT

■ FREE COFFEE BARS:

Wir servieren Ihnen kostenfreie Kaffeespezialitäten an unseren diversen Coffee Bars in jeder Messehalle.

■ FREE LUNCH:

Wir bieten Ihnen an allen drei Messetagen ein kostenfreies und schmackhaftes Mittagessen.

■ CATERING:

Neben Coffee Bars und Free Lunch sorgen kulinarisch unterschiedlich ausgerichtete Restaurants für Ihr leibliches Wohl.

■ INTERNET:

Für alle Aussteller und Besucher ist die kostenfreie Nutzung eines WLAN möglich. Selbstverständlich können Sie auch einen eigenen Internetzugang für Ihren Stand hinzu buchen.

■ SHUTTLE SERVICE:

An allen drei Messetagen pendeln Shuttle-Busse zwischen dem Münchener Flughafen und der MUNICH FABRIC START. Zwischen dem MOC und der BLUEZONE (Zenith Halle) steht ein Bike-Shuttle zu Ihrer Verfügung bereit.

■ MUNICH FABRIC NIGHT:

Mittlerweile ein gesetzter Termin ist die After Show Party der MUNICH FABRIC START – am Abend des ersten Messtages sind Aussteller wie Besucher herzlich zur MUNICH FABRIC NIGHT eingeladen, um den Tag mit fine food & drinks in stimmungsvoller Atmosphäre ausklingen zu lassen.

■ KOSTENFREIES BESUCHER-MANAGEMENT:

Alle Messebesucher erhalten nach Registrierung und Vorlage einer Fachreferenz kostenfreien Zutritt zur Messe. Die Eintrittskarten können problemlos vorab bestellt werden. Sie werden dann per Post oder per E-Mail zugeschickt. Auch die Registrierung vor Ort ist möglich und erfolgt schnell und problemlos.



TREND SERVICES

■ TREND AREAS:

Die neue Saison wird in Trendthemen für DOB und HAKA zusammengefasst, ein Thema widmet sich der Denim- und Sportswear. In den Trend Areas werden die themenbezogenen Trend-Highlights der Saison präsentiert.

■ SAMPLE AREAS:

Die Sample Areas informieren über das Angebot der Aussteller in den jeweiligen Hallen und verteilen sich über die gesamte Ausstellungsfläche bis in die Halle 5. Aus rund 10.000 Sample-Einsendungen der Aussteller wird eine Auswahl an etwa 2500 Stoffen und neuen Entwicklungen themenbezogen präsentiert. Als Aussteller erhalten Sie rechtzeitig vor der Messe eine umfassende Pre-Trend Information zusammen mit der Einladung, ihre Stoffe einzusenden. Auch für die ADDITIONALS wurden Themenwelten inszeniert, die Innovationen und Artikel thematisch und ganzheitlich nach Trendthemen und Produktgruppen gliedert präsentieren.

■ IHRE SAMPLES IN DEN TREND FOREN:

Als Aussteller bieten wir Ihnen die Möglichkeit, Ihre Samples für die Präsentation in verschiedenen Bereichen einzusenden:

- Kollektionsneuheiten für die Trend und Sample Areas im Foyer und auf der gesamten Ausstellungsfläche.
- Innovative Entwicklungen, Future Fabrics und neue Technologien im KEYHOUSE.
- Nachhaltige, zertifizierte oder umweltfreundlich produzierte Fabrics und Accessoires für die ReSOURCE Area.

Wir senden Ihnen alle Informationen dazu in Newslettern.

■ COLOUR CODE:

Die Generalfarbkarte der Saison finden Sie im COLOUR CODE, exklusiv eingefärbt in hochwertige Garne, thematisch in die Trendthemen geordnet.

■ TREND BOOK:

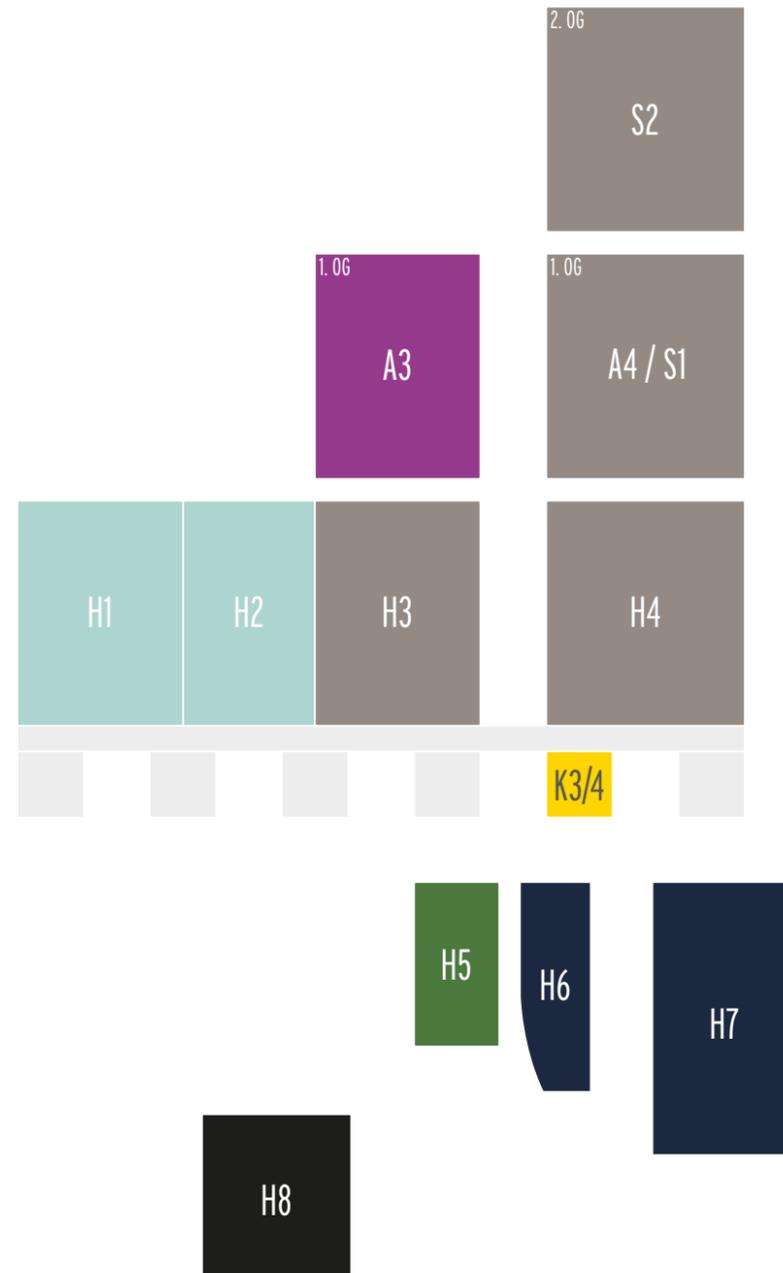
Das TREND BOOK dokumentiert die Themenwelten der Saison mit atmosphärisch gestalteten Impressionen aus Kunst, Kultur, Architektur und Design, der Welt des Theaters und des Films zu informieren. Hier stellen wir die saisonalen Key Fabrics vor und weisen auf die neuesten technischen Entwicklungen hin. Wir analysieren die trendweisenden Catwalk Highlights und integrieren sie thematisch in verkaufstarke Kollektionsbilder. Komplettiert durch aussagekräftige Farbkompositionen mit zugehörigen Pantone®-Kodifizierungen, die bereits zum frühen Zeitpunkt die Hauptfarben mit den dazugehörigen Akzentfarben filtern. Ein Service, der wertvolle Zusatzinformationen bietet, die unmittelbar in den Workflow integriert werden können.

■ VORTRÄGE & SEMINARE:

Mit einem umfassenden Vortragsangebot im TRENDSEMINARS im KEYHOUSE, in der Seminarzone der BLUEZONE oder in der ReSOURCE Area bieten wir ein abwechslungsreiches Rahmenprogramm zu aktuellen Themenbereichen der Industrie. Internationale Experten; Trendforscher und Institutionen halten Vorträge, Workshops und Keynotes zu relevanten Themen.



PREISE



1. STANDMIETEN

ADDITIONALS | HALLE 1 UND HALLE 2
Preis: 265,00 EUR pro m² zzgl. 19% MwSt.

FABRICS | HALLE 3, HALLE 4 & ATRIUM 4
Preis: 265,00 EUR pro m² zzgl. 19% MwSt.

FABRICS | STUDIO 1 + STUDIO 2
Preis: 235,00 EUR pro m² zzgl. 19% MwSt.

DESIGN STUDIOS | HALLE 2
Preis:
Design Modul 1, ca 15m² 2.200 EUR zzgl. 19% MwSt.
Design Modul 2, ca 30m² 3.900 EUR zzgl. 19% MwSt.

BLUEZONE | HALLE 6 UND HALLE 7
Preis: 295,00 EUR pro m² zzgl. 19% MwSt.

THE SOURCE | HALLE 8
Preis: 325,00 EUR pro m² zzgl. 19% MwSt.

KEYHOUSE | HALLE 5
Preis: 255,00 EUR pro m² zzgl. 19% MwSt.

RESOURCE | MOC Raum K4
Preis: 220,00 EUR pro m² zzgl. 19% MwSt.

EINTRAG ALS CO-AUSSTELLER:
Preis: 335,00 EUR zzgl. 19% MwSt.

2. MARKETINGAKTIVITÄTEN

Preis bis 30m²: 295,00 EUR zzgl. 19% MwSt.

Preis ab 31m²: 335,00 EUR zzgl. 19% MwSt.

3. ERSTAUSSTELLER-GEBÜHR:

Preis: 295,00 EUR zzgl. 19% MwSt.

4. AUSSTELLER HAFTPFLICHTVERSICHERUNG:

Preis: 40,00 EUR zzgl. 19% MwSt.

5. ANZEIGENPREISE:

MUNIQUE SHOW GUIDE MAGAZINE

950,00 | 1490,00 EUR (1/1 | 2/1 Seite)

Diese Preise verstehen sich als Anhaltspunkte und Beispiele der vergangenen Saison und können vor der kommenden Saison noch angepasst werden.

Wenden Sie sich bitte jederzeit für weitere Anzeigenformate in Print und Online, mögliche Kooperationswünsche oder weitere Fragen zu Konditionen an uns.

STIMMEN

Das sagen Besucher über die MUNICH FABRIC START:

TALBOT & RUNHOF
JOHNNY TALBOT

„Ich finde diese Messe einfach wundervoll. Allein optisch ist sie schon ein Genuss. Das Angebot ist super und übersichtlich. Wir nutzen die MUNICH FABRIC START zum intensiven Arbeiten und können bereits viele Kollektionen hier ansehen, noch einige Wochen vor Paris, und suchen hier hauptsächlich interessante Neuheiten für die Daywear, allen voran Wolle und Baumwolle.“

DRYKORN
RALF SCHWIRTLICH

„Die MUNICH FABRIC START ist ganz klar die wichtigste Textilmesse für uns in Europa. Vor allem für die DOB. Wir können hier schon an die 70% der Kollektionen sourcen. Wir bestellen konkret Laschen und Coupons und informieren uns breit über die Trends und Themen für die kommende Saison. Als genauso wichtig aber schätzen wir den exzellenten Branchenkontakt und den kommunikativen Austausch. Hier treffen wir alle wichtigen Ansprechpartner, von den Lieferanten bis zu den Produzenten. Auch das gibt noch mal viel Input für die Erstellung der Kollektion.“

LVMH GROUP DIGITAL
THERESA AUSTIN

„Ich habe die Zeit auf der MUNICH FABRIC START sehr genossen. Insbesondere die BLUEZONE und das KEYHOUSE haben mich positiv überrascht. Ich war sehr beeindruckt von der Anzahl der Lieferanten, die mit innovativen neuen Technologien und Methoden arbeiten, um auf nachhaltigere Weise zu produzieren. Insgesamt ist die Messe ein großartiges Schaufenster für nachhaltige Innovationen. Es ist sehr inspirierend, mit so vielen Experten über ein so wichtiges Thema zu sprechen. Das motiviert und zeigt Lösungen auf. Ich konnte sehr viel Input mitnehmen, den ich in zukünftigen Projekten zum Einsatz bringen werde.“

CLOSED
GORDON GIERS

„Wir schätzen die MUNICH FABRIC START sehr, vor allem in der Kombination mit der BLUEZONE ist diese Veranstaltung einfach einmalig. Hosen sind unser Schwerpunkt, und das Angebot hier ist perfekt. Wir sourcen hauptsächlich für kommenden Winter, das Herbstprogramm haben wir nun schon abgeschlossen.“

ALBERTO
MICHAEL WILLEMS

„Die neuen Areas auf dem Zenith Gelände sind sehr inspirierend, allen voran die neue Denim-Halle mit ihrem sehr angenehmen Tageslicht-Ambiente. Diese Erweiterung begrüßen wir sehr und freuen uns über dieses neue Highlight als Ergänzung zum MOC. Aber auch das Angebot im Hauptgebäude erfüllt jedes Mal voll und ganz unsere Erwartungen. Wir arbeiten hier volle drei Tage intensivst durch. Voll mit diesen Eindrücken diskutieren wir nun im Anschluss die Finalisierung unserer Kollektion.“

HUGO BOSS
ALEJANDRO MIRALLES GIRO

„Wir beginnen im Juni mit der Kollektionserstellung und finalisieren jetzt im September. Deshalb ist für uns das Angebot einer frühen Veranstaltung in Form der VIEW und einer Hauptmesse Anfang September einfach ideal. Auf der VIEW wählen wir die Grundqualitäten aus, die wir dann im Laufe der folgenden Wochen über Prototypen testen lassen. Wenn die Stoffe unseren Qualitätsansprüchen genügen, sprechen wir mit den Lieferanten auf der MUNICH FABRIC START konkret über Farben, Referenzen und Dessinierungen. Ein großer Pluspunkt dieser Messe ist darüber hinaus die perfekte Organisation sowie die einmalige Atmosphäre.“

JAPAN BLUE CO LTD
KATSU MANABE

„Ich habe die BLUEZONE zum ersten Mal besucht und die Messe war viel größer als ich erwartet hatte! Eine schöne Mischung aus Bekleidung, Herstellern, Handwerk und Live-Färbedemos; dazu großartig renovierte alte Gebäude. Ich sehe großes Potential, um multinationale Produzenten mit global agierenden Kunden zusammenzubringen. Ich hoffe, die Messe ist weiter so erfolgreich und eröffnet Einkäufern wie Besuchern neue Möglichkeiten.“

TOMMY HILFIGER
FELICIA IRIMIA

„Wir kommen liebend gern nach München, um Neues für die aktuelle Kollektion zu suchen, vor allem neue Trends bei den Zutaten, aber auch Inspirationen ganz allgemein. Was ich ebenfalls als wichtig erachte, ist das Gespräch mit den derzeitigen Zulieferern. Alles in allem ist die MUNICH FABRIC START die Hauptmesse, die wir besuchen, da sie die erste der größeren Textilmessen ist und viele Lieferanten sowohl aus (ganz) Europa als auch dem Fernen Osten zusammenbringt. Allein die Menge und Vielfalt sind großartig.“

HOLY FASHION GROUP
MICHAEL SEITER

„Auf der MUNICH FABRIC START arbeiten wir engagiert und konzentriert an der Vervollständigung unserer Kollektionen und entdecken gleichzeitig Neuheiten, um diese abzurunden. Wir schätzen das kombinierte Portfolio von Denim und Stoffen auf dieser Messe. Dies ist das perfekte Angebot für unsere Bedürfnisse.“

FASHNERD.COM
MUCHANETA KAPFUNDE

„Als fortschrittliche Plattform der MUNICH FABRIC START ebnet das KEYHOUSE seit einiger Zeit den Weg nach vorn und verbindet Innovatoren mit der Branche. Der Innovation Space, in dem sich Game Changer und Pioniere zusammenfinden, gibt Traditionalisten der Textilbranche erfolgreich einen Ausblick auf die Zukunft. Das KEYHOUSE bietet den Raum für Superstars der Modetechnologie, die neue Technologien, nachhaltige Entwicklungen, Experten-Workshops und Trendseminare präsentieren. Ich würde das KEYHOUSE leicht als „Department für Innovation“ für Modeunternehmen beschreiben.“

STIMMEN

Das sagen Aussteller über die MUNICH FABRIC START:

LANIFICIO LUIGI RICCERI

CHRISTIAN TORRI

„Mit der Entscheidung nach vielen Jahren wieder auf die MUNICH FABRIC START zurückzukommen, lagen wir auf jeden Fall richtig. Die Messe ist sehr gut organisiert, die Qualität der Besucher hoch und der Termin auf den Punkt genau. Gerade für hochwertige Produzenten geht es darum, gegen Ende der Saison noch spezielle Highlights zu zeigen.“

A.M.F. SPA

ANDREAS FAERBER

„AMF ist einer der Pioniere der MUNICH FABRIC START und war bereits auf der Messe präsent, als diese noch eine Veranstaltung der Handelsvertreter Bayerns war. Die Messe macht vor allem wegen ihres frühen Termins Sinn. Die Messe dient uns nicht nur zur Pflege der Kundenkontakte sondern ist eine echte „Arbeitsmesse“, auf der Neuentwicklungen angeregt und besprochen werden. Mailand oder Paris sind für uns keine Optionen (AMF stellt dort auch nicht aus), da diese Messen zu spät und zu dispersiv sind - wir wollen gezielt mit unseren Kunden arbeiten.“

BERTO E.G.

ARIANNA MORIMANDO

„Die steigende Anzahl an Messen speziell für den Bereich Denim ist ein Beweis für die besondere Bedeutung, die die Modebranche, und nicht nur diese, diesem Segment beimisst. Was unser deutsches Geschäft angeht, ist die **BLUEZONE** definitiv die wichtigste Messe. Sie ist die zweite Veranstaltung in unserem Messekalender, zu der wir mit der neuen Kollektion reisen. Zuerst kommen unsere Kunden zur Denim by, aber Aufträge machen sie erst in München. Die Messe erlaubt es uns, das erste spürbare Feedback zu unserer Arbeit zu bekommen.“

VICUNHA

JULIEN EICKELMANN

„Die Messe ist wieder einmal sehr gut gelaufen für uns, mit dem Kundenzustrom und -zuspruch sind wir sehr zufrieden. Die zwei neuen Hallen komplettieren das Angebot gut, und die Erweiterung der Messe zieht auch mehr Publikum an. Der kommunikative Austausch hier ist toll, speziell in der **BLUEZONE** begrüßen wir den neuen, offeneren Standbau, der diese ungezwungene Business-Atmosphäre unterstützt.“

LENZING FIBERS

TRICIA CAREY

„Für uns ist dies eine fantastische Messe, um unsere Kunden zu treffen. Darüber hinaus bekommen wir viele Inspirationen und Eindrücke. Die MUNICH FABRIC START ist eindeutig meine favorisierte Messe. Hier herrscht eine sehr spezielle Atmosphäre. Die unterschiedlichsten Formen der Kreativität treffen hier aufeinander. Des Weiteren nutzen wir die Möglichkeit, unsere Produkte, Strategien und Kooperationen über Seminare zu erklären und Projekte vorzustellen. Wir haben hier in München die unterschiedlichsten Besucher begrüßen können: Amerikanische Clients, Absolventen von Hochschulen, Start ups und natürlich wichtige europäische Brands.“

CANDIANI DENIM

MARYKATE KELLY

„Wir sehen die **BLUEZONE** als Community Plattform und Content Hub. Obwohl es viele verschiedene Marketingkanäle für die Produktkommunikation gibt, ist das Markenerlebnis auf einer Messe nicht zu toppen. In der **BLUEZONE** finden wir nicht nur einen großartigen Standort, sondern auch eine sehr aufgeschlossene und engagierte Gemeinschaft.“

CONE DENIM

KARA NICHOLAS

„Die Atmosphäre hier ist wunderbar, wir sind sehr happy, dass wir hier sind. Der **CATALYZER** bietet das ideale Surrounding, um unsere Heritage Produkte zu inszenieren. Das Angebot hier ist mit viel Fingerspitzengefühl kuratiert. Wir sind zum ersten Mal Aussteller im Rahmen der **BLUEZONE** und wir sind uns sicher, dass dies für uns die richtige Plattform ist, um uns dem viel versprechenden deutschen Markt zu präsentieren.“

PORDENONE

CHRISTOPHER HORATZ

„Die **BLUEZONE** ist für uns der perfekte Ort und der perfekte Zeitpunkt, unseren Kunden einen gut inszenierten Überblick über die gesamte Kollektion zu ermöglichen. Gerade für uns Sportswear-Anbieter ist der Termin ideal. Wir hatten verteilt über die zwei Tage mehr als 60 Termine. Aus den intensiven Gesprächen mit den Kunden können wir dann wichtige Rückschlüsse ziehen, was wir in der Kollektion noch ausbauen müssen und wie wir preislich aufgestellt sind.“

BOLID'STER

PIERRE-HENRY SERVAJEAN

„Den Veranstaltern ist es gelungen, mit dem **KEYHOUSE** ein inspirierendes Umfeld zu schaffen, das zwei Megatrends ideal miteinander verknüpft. Der eine Driver ist Sportswear, der andere Technologie. Beides zusammen skizziert den Weg in die Zukunft der Mode- und Textilindustrie. Das partizipative und interaktive Konzept dieser neuen und einmaligen Halle leistet diesen Entwicklungen nochmal Vorschub.“

ARTISTIC MILLINERS

RAHEEL WALANI

„Es sind alle guten europäischen Denim Brands hier. Und das nicht nur, um sich inspirieren zu lassen. Die Kreativen und Einkäufer kommen hierher mit konkreten Kaufabsichten. Insofern ist die **BLUEZONE** eine besonders effiziente Messe. Darüber hinaus schätze ich auch die spezielle Kommunikation hier, die in beide Richtungen läuft. Man kommuniziert nicht nur in Richtung Kunden, sondern bekommt auch viel speziellen Input und konkrete Anregungen für die weitere Kollektionsausrichtung zurück.“

KONTAKT

PROJEKT MANAGEMENT

FABRICS

Mai Linh Nguyen
Tel: +49 (0)89 45 22 47 70
E-mail: mn@municfabricstart.com

Susanne Bhulapatna
Tel: +49 (0)89 45 22 47 13
E-mail: sb@municfabricstart.com

ADDITIONALS | DESIGN STUDIOS | VIEW Premium Selection

Vanessa Frank
Tel: +49 (0)89 45 22 47 66
E-mail: vf@municfabricstart.com

THE SOURCE

Göksu Kanik
Tel: +49 (0)89 45 22 47 11
E-mail: gk@municfabricstart.com

BLUEZONE | KEYHOUSE

Naama Poliker
Tel: +49 (0)89 45 22 47 10
E-mail: np@municfabricstart.com



MARKETING & KOMMUNIKATION

Claudia Mynott
Tel: +49 (0)89 45 22 47 45
E-mail: cm@municfabricstart.com

PRESSE

KERN Consulting
Tel: +49 (0)69 65 00 88 65
E-mail: presse@kern.consulting

SOCIAL MEDIA

Olivia Rudschewski
Tel: +49 (0)89 45 22 47 45
E-mail: hi@oliviadoesdesign.com

VERANSTALTER

MUNICH FABRIC START Exhibitions GmbH
Thomas-Wimmer-Ring 17
D - 80539 Munich
Tel: +49 (0)89 45 22 47 0
Fax: +49 (0)89 45 22 47 22