



**ethical
fashion show**
BERLIN

Presse

6. Juli 2017

Greenshowroom & Ethical Fashion Show Berlin
4. bis 6. Juli 2017

Thimo Schwenzfeier
Tel. +49 69 75 75-62 91
thimo.schwenzfeier@messefrankfurt.com
www.messefrankfurt.com
www.greenshowroom.com /
www.ethicalfashionshowberlin.com
greenshowroomethicalfashionshowberlin
_schlussbericht_de

Neue Location beflügelt: Grünes Messe-Duo setzt Erfolgsgeschichte mit mehr Fläche im Funkhaus fort

Greenshowroom und Ethical Fashion Show Berlin überzeugen mit fantastischer Atmosphäre

Einkäufer nutzen großes Modeangebot und vielfältige Inspirationsmöglichkeiten

An neuer Stätte geht die Erfolgsgeschichte des Messe-Duos Greenshowroom und Ethical Fashion Show Berlin weiter: Nach drei Messtagen endeten heute die Sommerausgaben der beiden Modemessen. Insgesamt 180 internationale Labels* präsentierten ein begeisterndes Portfolio und zogen qualitativ hochwertige Einkäufer von konventionellen Modehäusern und Concept Stores ins Funkhaus Berlin. „Unsere Aussteller und Besucher zeigten sich äußerst angetan von der neuen Location. Wir konnten die Ausstellungsfläche sichtbar vergrößern und Modeeinkäufern ein inspirierendes Umfeld bieten. Dadurch ist es uns gelungen, die Verweildauer der Einkäufer auf der Messe deutlich zu steigern. Wir ziehen ein positives Fazit unseres Funkhausauftritts“, resümiert Olaf Schmidt, Vice President Textiles & Textile Technologies der Messe Frankfurt. Damit überzeugte das Messe-Duo einmal mehr als zentrale Plattform für Eco-Fashion während der Berlin Fashion Week und als weltweit einzigartiger Hot-Spot für zeitgeistige Mode.

Das Funkhaus Berlin schaffte mit seiner lichtdurchfluteten Shedhalle und dem einladenden Außengelände direkt am Spreeufer eine beeindruckende Atmosphäre inmitten einer der progressivsten Bezirke – wengleich die Lage der Location für viele Besucher noch ungewohnt war. Das Angebot des eigenen Shuttle-Services wurde dabei bereits sehr gut genutzt und wird seitens der Messe Frankfurt künftig weiter ausgebaut.

Auf ebenerdiger und deutlich vergrößerter Fläche setzten die beiden Fachmessen ein weites Modespektrum in Szene. Neben der attraktiven Location punktete das Messe-Duo mit einem reichhaltigen Programm und zahlreichen Aktionen, die in Kooperation mit erfahrenen Partnern angeboten wurden. Im besonderen Blickfeld des dreitägigen Programms

Messe Frankfurt Exhibition GmbH
Ludwig-Erhard-Anlage 1
60327 Frankfurt am Main

standen Themen für den Einzelhandel. Der gut frequentierte Retail-Showcase „JETZT!“ fungierte mit seiner Shop-in-Shop-Präsentation als wertvolle Inspirationsquelle. Mit dem Showcase präsentierten die Veranstalter eine Konzeptfläche, die Einzelhändlern eine Vision vor Augen führt, wie sie nachhaltige Mode- und Lifestylemarken in ihre Sortimente integrieren können. „Eco-Fashion ist für uns ein sehr ernstzunehmendes Thema. Wir haben hier viele spannende Labels gesichtet, gute Kontakte geknüpft und wertvolle Anregungen bekommen“, sagt Sandra Hartmann, Einkaufsleiterin von Breuninger.

Messen überzeugen mit größtem Produktportfolio

42 internationale Vorreiter für Contemporary Fashion präsentierten im Greenshowroom hochwertige Looks für den nächsten Sommer. „Wir waren zum ersten Mal Aussteller des Greenshowrooms und sind begeistert! Unsere Erwartungen wurden übertroffen: Die Location ist toll, die Frequenz war vom ersten Tag an super. Von hochwertigen Journalisten über konventionelle Händler bis hin zu Concept Store-Einkäufern – die Mischung der Besucher war hervorragend und wir haben eine tolle Resonanz von allen Seiten bekommen“, sagt Sebastian Thies, Geschäftsführer von Nat-2. Eine erfolgreiche Messepremiere feierten zudem die Gewinner des Mentoring-Programms des Fashion Council Germany, Benu Berlin und Philomena Zanetti.

Daneben führte die Ethical Fashion Show Berlin eindrucksvoll vor Augen, welch großes Potenzial zeitgeistige Eco-Fashion bietet. Mit 138 Labels glänzte die Messe mit dem größten Produktportfolio angesagter Street und Casual Wear ihrer Geschichte. Die Messe ist für uns sehr gut gelaufen. Wir hatten wichtige Pressevertreter und Einkäufer am Stand, darunter auch immer mehr konventionelle Händler, die das Thema interessiert“, sagt Dietrich Weigel, Inhaber von Goodsociety.

Modenschauen begeistern mit stimmungsvollem Ambiente

Die Modenschauen am zweiten Messetag avancierten zum Erfolg auf ganzer Linie. Nicht zuletzt durch die neue Location, die den Schauen eine stimmungsvolle Kulisse verlieh, punkteten die Catwalk-Events. „Die Salonshow war für uns das Highlight: eine perfekte Organisation und eine wundervolle Inszenierung. Das Funkhaus ist eine tolle Location – die Messehalle bringt eine völlig neue Atmosphäre“, sagt Janne Koppenborg, Assistenz der Geschäftsführung von C.Pauli. Bei der „Salonshow“ waren Highlights aus dem Programm folgender Labels zu sehen: Biaggi Atelier, C.Pauli, Inti Ferreira, Jungle Folk, Lanius, Laurie Procès – LVMH CSR Young Talent Award, Miss Janna, Natascha von Hirschhausen x Living Blue, Somyso und Things I Miss. Auch die Catwalkshow „Ethical Fashion on Stage“ im Anschluss konnte überzeugen. Einen Einblick in die kommenden Street- und Casual-Trends gewährten folgende Labels: Anukoo Fair Fashion, Anzüglich, Eco Bambou, Greenbomb, Indigo People, Less too late, Miss Green, Naturaline, Organization und Shirts for Life. Zudem bereicherte Wunderwerk mit einem Show-Special die Laufstegpräsentation.

Die nächste Ausgabe der Messe findet vom 16. bis 18. Januar 2018 statt.

Greenshowroom & Ethical Fashion Show
Berlin
4. bis 6. Juli 2017

Videos, Fotos und weitere Informationen:

www.greenshowroom.com / www.ethicalfashionshowberlin.com

www.facebook.com/greenshowroom

www.facebook.com/ethicalfashionshowberlin

www.youtube.com/greenshowroom

www.youtube.com/EFSBerlin

www.instagram.com/greenshowroom

www.instagram.com/ethicalfashionshowberlin

Informationen zu den weltweiten Textilmessen der Messe Frankfurt:

www.texpertise-network.com

Hintergrundinformation Messe Frankfurt

Messe Frankfurt ist der weltweit größte Messe-, Kongress und Eventveranstalter mit eigenem Gelände. Mehr als 2.300 Mitarbeiter an rund 30 Standorten erwirtschaften einen Jahresumsatz von annähernd 647 Millionen Euro. Mittels tiefgreifender Vernetzung mit den Branchen und einem internationalen Vertriebsnetz unterstützt die Unternehmensgruppe effizient die Geschäftsinteressen ihrer Kunden. Ein umfassendes Dienstleistungsangebot – onsite und online – gewährleistet Kunden weltweit eine gleichbleibend hohe Qualität und Flexibilität bei der Planung, Organisation und Durchführung ihrer Veranstaltung. Die Servicepalette reicht dabei von der Geländevermietung über Messebau, Marketingdienstleistungen bis hin zu Personaldienstleistungen und Gastronomie. Hauptsitz des Unternehmens ist Frankfurt am Main. Anteilseigner sind die Stadt Frankfurt mit 60 Prozent und das Land Hessen mit 40 Prozent.

Weitere Informationen:

www.messefrankfurt.com | www.congressfrankfurt.de | www.festhalle.de

* zum Vergleich: 179 Labels im Januar 2017