



BREAD & BUTTER BARCELONA, 16. - 18. Januar 2008 – KING SIZE COMPLETED!

Mehr als 99.500 internationale Fashion Professionals besuchten die 18. BREAD & BUTTER – tradeshow for selected brands in Barcelona.

KING SIZE war das Motto und die Veranstaltung dementsprechend: Im Vergleich zum Januar 2007 verzeichnete die BREAD & BUTTER BARCELONA einen Besucherzuwachs von rund 20%. Selbst die Rekordmarke vom Juli 2007 konnte nochmals um 9% gesteigert werden.

Am ersten Tag, direkt nach Öffnung der Messe, freuten sich die Aussteller über eine hervorragende Besucherfrequenz auf ihren Ständen. Die Hallen waren voll und die Fachbesucher begeistert von der Kreativität vieler Brands. Marken wie Nike, Ed Hardy, Converse oder Nudie Jeans zeigten, wie wohl sie sich auf dem Gelände der Fira de Barcelona fühlten und überzeugten mit individuellen Präsentationen ihrer Kollektionen außerhalb der Hallen.

Karl-Heinz Müller: „Es war schön, schöner als je zuvor, fast alles hat gepasst! Das Wetter war fantastisch, „early spring“ in Barcelona, die Stimmung großartig. Das war unser Meisterstück, unser bisher größter Erfolg. Unsere Kampagne war auf dem Punkt. Ganz Barcelona und die internationale Modewelt waren auf KING SIZE eingestellt.“

LAND	Januar 2007 in Zahlen	Januar 2007 in %	Januar 2008 in Zahlen	Januar 2008 in %
Spanien/Portugal	33.769	40,67	38.379	38,55
Italien	13.531	16,30	14.950	15,01
Deutschland	6.791	8,18	8.699	8,74
Großbritannien/Irland	5.603	6,75	7.566	7,60
Frankreich	5.978	7,20	7.489	7,52
BeNeLux	5.295	6,33	6.425	6,45
Skandinavien	1.729	2,09	2.769	2,80
Österreich/Schweiz	1.742	2,10	2.092	2,10
USA/Kanada	1.362	1,66	2.019	2,03
Türkei	1.125	1,35	1.526	1,53
Osteuropa	1.339	1,25	1.491	1,50
Griechenland	1.394	1,68	1.483	1,49
Süd- und Mittelamerika	736	0,87	1.066	1,07
Israel	424	0,51	510	0,51
Japan	310	0,37	501	0,50
Russland	351	0,42	489	0,49
Südkorea	389	0,48	470	0,47
Hongkong/China	318	0,38	410	0,41
Australien/Neuseeland	94	0,11	103	0,10



Besonders hervorzuheben ist das Besucherwachstum aus Skandinavien: Im Vergleich zur Winter-Veranstaltung 2007 kamen in diesem Jahr über 1.000 Gäste mehr aus dieser Region. Allein die Besucherzahl aus Dänemark hat sich mehr als verdoppelt.

Auch aus Frankreich verzeichnete die BBBarcelona im Januar 2008 ein Besucherplus von rund 34%; Großbritannien legte um 28,5% zu.

Aus dem nichteuropäischen Ausland konnte ebenfalls ein außerordentliches Wachstum verzeichnet werden: Im Vergleich zum Januar 2007 ist die Besucherzahl aus den USA um rund 50% gestiegen, aus Russland kamen fast 40% mehr Gäste, und bei den japanischen Besuchern verzeichnete die BBBarcelona eine unglaubliche Steigerung von über 60%!

Diese Zahlen bestätigen: Die BREAD & BUTTER – tradeshow for selected brands ist die weltweite Leitmesse für Street- und Urbanwear. Die Messe hat nochmals an Internationalität zugelegt. Seit Bestehen der „Eurovision“ (Sommer 2005) konnte am frühen Freitagmittag der 500.000ste Besucher auf der BREAD & BUTTER begrüßt werden.

Die tradeshow for selected brands hatte einiges zu bieten: Ein besonderes Highlight war die Opening Reception, die bereits am Vorabend des ersten Messtages stattfand. 2.500 geladene Gäste feierten im MNAC, im Palau Nacional, dem Wahrzeichen Kataloniens, den Auftakt der tradeshow BREAD & BUTTER BARCELONA.

Karl-Heinz Müller: „Mit unserer Opening Reception hatten wir uns viel vorgenommen. Und die hochgesteckten Erwartungen wurden sogar übertroffen. Unser Dank geht an Filmemacher Bjorn Tagemose, Licht-Designer Ignace d’Haese und Show-Architekt Giovanni De Schampheleire. Sie waren neben unserem eigenen Team für das Konzept und die Inszenierung der Opening Reception verantwortlich. Einen besonderen Dank auch an die Direktion des Museums, ohne deren Fürsprache eine Bespielung dieses Architektur-Juwels nicht möglich gewesen wäre. Solch ein „Meet and Greet“ als Kick-Off-Event am Vorabend des ersten Messtages wird ab jetzt zur Tradition! Für den Sommer 2008 kann ich mir passend zur Jahreszeit eine Open Air Veranstaltung vorstellen.“

Der Palau Nacional war zudem Austragungsort von zwei Fashion Shows: Philipp Plein und Custo Barcelona. In der eindrucksvollen Location des Sala Oval hat BREAD & BUTTER gezeigt, was möglich ist. Das Set-up war vom Feinsten.

Die Show von Custo Barcelona platzte mit über 2.000 Gästen aus allen Nähten, es war das Ereignis des Tages. Anschließend lud Custo Dalmau zur Party in den „Italienischen Pavillon“ auf dem Messegelände. Die Stimmung war wie immer gigantisch.

Für Philipp Plein war seine Show eine Premiere. Sie fand in Zusammenarbeit mit dem deutschen Fernsehsender Pro 7 statt. Hier wurde eine der ersten Entscheidungsrunden für die Sendung „Germany’s Next Topmodel“ ausgetragen – was der Show-Besucher nicht wissen sollte.

Karl-Heinz Müller: „Diese Fashion Show hat mich sehr bestürzt. Es ist mir ein Anliegen, hierzu Stellung zu beziehen: Ich kann einfach nicht glauben, dass ein großer, deutscher Fernsehsender so arbeitet. Die Organisation war mehr als unprofessionell, eine Betreuung der Mädchen fand nicht statt, es gab kaum ein Rehearsal, weder Essen noch Trinken, die Schuhe waren meist zu groß – es war unwürdig. Meines Erachtens wurden die Mädchen vorgeführt. Hier wurde unser Vertrauen missbraucht.“



Karl-Heinz Müller weiter: „Eine Präsentation wie diese entspricht nicht der Kultur der BREAD & BUTTER, die wir gegenüber unseren Ausstellern und Gästen pflegen und anstreben, nämlich eine Basis aus gegenseitigem Respekt und Professionalität. Fest steht jedenfalls, dass es eine Show wie diese in Zukunft mit uns nicht mehr geben wird.“

Weitere Höhepunkte waren die Fashion Shows von Ed Hardy in der Superior Hall und von G-Star, wie gewohnt im Lunapark. Auch die Präsentation von „The Andy Wahrhol Collection by Pepe Jeans London“ im Mies van der Rohe-Pavillon sowie die B&B Design Ausstellung in Kooperation mit den internationalen Modeschulen „Die Angewandte“ in Wien und dem „Dutch Fashion Institute Arnhem“ im Sala Cúpula des Palau Nacional begeisterten.

Der Launch des BREAD & BUTTER Business Clubs war ein besonderer Erfolg. Mit dem „elBullicatering“ als Partner wurde hier den Key Playern der Branche ein optimales Forum für Austausch und Diskussionen geboten. Die Response war entsprechend positiv und die Gäste zeigten sich begeistert von dieser Rückzugsmöglichkeit. Der BREAD & BUTTER Business Club wird weiter ausgebaut.

Für Gesprächsstoff und Spekulationen sorgte nicht zuletzt der „Kings Club“ mitten im Lunapark, der nur wenigen Gästen Zutritt zu einer Party gewährte, wie es sie noch nie gegeben hat.

Neues Format THE SOURCE

Die Konzeptpräsentation von THE SOURCE in Halle 6 war sehr erfolgreich. Sie stieß auf große und sehr positive Resonanz. Etliche Key Player der Vorstufe sind bereits überzeugt und wollen im Juli 2008 mit von der Partie sein.

Karl-Heinz Müller: „THE SOURCE ist der logische Schritt, der nun folgen musste. Die Stoff- und Zutatenlieferanten haben die BREAD & BUTTER schon immer stark als Meeting Point genutzt. Nun haben sie die Möglichkeit, sich darzustellen. Wir bieten damit der Industrie der Vorstufe zu einem frühen Termin ein perfektes, kreatives Umfeld. Ihre wichtigsten Kunden liefern wir gleich frei Haus mit.“

THE SOURCE wird als eigenes Format für die Industrie der Vorstufe ab Juli 2008 parallel zur BREAD & BUTTER BARCELONA in den Hallen 6 und 7 auf dem oberen Gelände der Fira de Barcelona stattfinden. Eine der beiden Hallen wird sich auf die Bereiche Denim- und Sportswearfabrics konzentrieren, während die andere Halle ihren Fokus auf Casual Dressed Up legt, zum Beispiel modische Wollstoffe und Zutaten. Die Zutaten- und Veredelungsindustrie wird jeweils in die Konzepte integriert, es wird keine separate Zutatenhalle geben. Beide Hallen umfassen insgesamt 26.000 qm Bruttofläche und bieten Platz für ca. 200 Aussteller der Stoff-, Zutaten-, Ausrüstungs- und Veredelungsindustrie.

Karl-Heinz Müller weiter: „Wir haben das Ziel, für die Zulieferer der Denim-, Street- und Urbanwear die weltweit wichtigste Messe-Plattform zu werden. Der Fokus liegt auf den richtigen und wichtigen Ausstellern. Mit ca. 200 Top-Herstellern bzw. Developern sind wir bedeutend, aber gleichzeitig sehr selektiv.“



Preview Sommer 2008

Während der Pressekonferenz und im Business Club wurde bereits das Konzept für die kommende Saison präsentiert:

NEW ORDER – profile your business

Der Fokus der BREAD & BUTTER BARCELONA vom 02. – 04. Juli 2008 liegt auf klaren Strukturen, einer noch besseren Profilierung der Kernsegmente und ihrer Marken sowie einer optimalen Nutzung des Messegeländes.

In der vom Bauhaus inspirierten Anzeigenkampagne spiegeln sich die Ziele der Sommer-Veranstaltung der BREAD & BUTTER wider. Der Leitspruch „Form follows Function“, der mit dem Konzept der kommenden BBBarcelona perfekt harmoniert, war zu Bauhaus Zeiten revolutionär und hat auch heute von seiner Aktualität nichts eingebüßt. Entsprechend wird die BREAD & BUTTER Juli 2008 noch klarer strukturiert sein. Karl-Heinz Müller: „Wir arbeiten gemeinsam mit den Verantwortlichen der Fira de Barcelona und der Stadt an einer neuen, ausgedehnten Eingangssituation, direkt am Plaça d’Espanya. Dadurch können neue Laufwege erschlossen werden, die den Besucherverkehr auch auf dem Gelände und in den Hallen weiter optimieren.“

Darüber hinaus werden zur nächsten Saison weitere Facilities der Fira de Barcelona in die Tradeshow integriert: Der Lunapark wird auf die Avenida Reina Maria Cristina ausgeweitet und entsprechend bespielt. Die Social Infrastructure (z. B. Restaurants, Chill Out Areas) kann dadurch deutlich erweitert werden und auch für Outdoor-Label steht mehr Ausstellungs- und Präsentationsfläche zur Verfügung.

Der 2.800 qm große „Italienische Pavillon“ soll unter dem Namen THE HANGAR einer sehr starken Marke die Möglichkeit geben, sich im besonderen Rahmen zu präsentieren.

Die Catwalks werden im Juli 2008 weiter ausgebaut. Karl-Heinz Müller: „Catwalks sind nicht nur der Haute Couture vorbehalten. Insbesondere Upper Urbanwear Label präsentieren ihre Kollektionen bereits in Mailand und New York. Diese wollen wir überzeugen, nach Barcelona zu kommen, denn hier spielt die Musik.“

Mit dem Palau Nacional haben wir eine unvergleichliche Location. Dieses Gebäude ist perfekt, und wir sind sehr stolz darauf, unseren Ausstellern diese einzigartige Möglichkeit anbieten zu können.

Auch der Mies van der Rohe Pavillon steht uns weiterhin zur Verfügung. Er kann von einem kunst-affinen Label für eine besondere Präsentation genutzt werden.“

Karl-Heinz Müller abschließend: „Barcelona ist das Beste, was uns passieren konnte, wir fühlen uns hier sehr wohl. Keine andere Stadt in Europa bietet diese Möglichkeiten, deshalb bleiben wir hier.“

22. Januar 2008