Thomas Stenzel, Geschäftsführer Messe Düsseldorf Moscow OOO

Zum Zeitpunkt, wo sich der russische Modemarkt wieder erholt und auch neue Brands wieder Interesse am russischen Markt haben, kommt eine Messe wie die CPM Moscow mehr als gelegen. Sie genügt nicht nur auf Ausstellerseite hohen westlichen Ansprüchen, sondern auch den zahlreichen Fachbesuchern. Ein breites Spektrum, das nicht nur Kulturen zusammenbringt und internationale Märkte bündelt, sondern auch neue Absatzmöglichkeiten bietet und damit dem fortwährenden Marktanspruch nach Expansion und Erschließung neuer Märkte voll Rechnung trägt.

„CPM ist eine Order-Messe von erstem Rang und bietet eine breite Auswahl erstklassiger Brands“, erklärt Thomas Stenzel, Geschäftsführer Messe Düsseldorf Moscow OOO. „Eine Top-Messe, die auch internationale Kommunikationsplattform ist, auf der Import/Export, Trends und spezielle Bedingungen des Marktes eine tragende Rolle spielen. Für alle Wirtschaftende im Markt Russland ein Muss.“ Denn das moderne Russland, eingebunden in die Eurasische Wirtschaftsunion, hat enorme Marktkraft.

Und so verkörpert die CPM Moscow auf 45.000 Quadratmetern mit Segmenten wie Premium, Mode Lingerie & Swim, Accessoires und Kids in der kommenden Ausgabe im Februar 2018 zum nunmehr 30. Mal ein sehr erfolgreiches und einzigartiges ‚East meets West‘-Konzept und gilt für den osteuropäischen Markt als absolute Leit- und Ordermesse. Geschuldet ist das auch der hohen Stabilität und Kontinuität, die sich in schwierigen Situationen, die der russische Markt

in den vergangenen Jahren durchleben musste, auszahlte.

Das zeigte sich auch bereits zur 29. Edition der CPM Moscow: Bei den internationalen Facheinkäufern aus über 50 Ländern verzeichneten die Veranstalter ein Plus von 7,42 Prozent zum Vorjahr. Bei den weltweiten Ausstellern aus insgesamt 27 Ländern ein Plus von 31 Prozent zum Vorjahr. Für die Februar-Ausgabe werden weiter steigende Zahlen erwartet.
Bereits für 2017 erwartet die ‚Fashion Consulting Group' einen Zuwachs auf dem russischen Markt für Bekleidung und Textilien um 5 Prozent, wenn nicht sogar um 9 Prozent. Das könnte sich 2018 auch auf die internationale Frequenz der CPM Moscow seitens der Aussteller und Fachbesucher auswirken. Die Rahmenbedingungen sind damit also viel besser als in den Vorjahren. Nun bleibt nur noch abzuwarten, ob Hersteller, die Russland die Treue gehalten haben, vom Verbraucher in Zukunft belohnt werden.

Nächste Messetermine der CPM Moscow
CPM, 19. bis 22. Februar 2018
CPM, 4. bis 7. September 2018

Weitere Informationen unter cpm-moscow.com .