

Geschrieben von: Renée Diehl

Donnerstag, den 07. Juni 2018 um 14:43 Uhr - Aktualisiert Freitag, den 08. Juni 2018 um 09:34 Uhr



Das neue Fashion- und Businesskonzept der [Denim Première Vision](#) wurde in der letzten Edition vom 23. bis zum 24. Mai 2018 erfolgreich im Parc Floral in Paris, der Heimatstadt der Messe, eingeführt. Der neue Fokus der Trade Show liegt mit mehr Nutzerfreundlichkeit und Business-Orientierung auf einem Publikum des mittleren bis gehobenen Preissegments und wurde von den rund 1400 Besuchern, davon 78 Prozent aus Europa, gut aufgenommen. Einen Mehrwert für die Besucher boten dabei der neue, zukunftsweisende Trendausblick, Diskussionen über Fragen der ökologischen Verantwortung in der Branche und das Programm bestehend aus Seminaren und Workshops. Wie bereits angekündigt, wird die nächste Ausgabe der Messe vom 05. bis 06. Dezember 2018 in der Old Truman Brewery in London stattfinden. Diese markiert den Beginn des neuen Messemodells, bei der das Event alternierend zwischen Paris und einer anderen europäischen Stadt veranstaltet wird. Guglielmo Olearo, Director der Denim PV, spricht im Interview über den Neustart der Messe und den ersten Stopp auf ihrer ‚Europatournee‘.

Was zeichnet die Denim PV als größte Textilmesse aus? Wie alle Première Vision Shows ist auch die Denim PV dank ihres selektiven, spezialisierten und internationalen Angebots einzigartig aufgestellt. Dieses Angebot wird nach Qualität, Kreativität und auch innovativer Entwicklung ausgewählt. In Kombination mit den modischen Informationen und Projekten, die wir dank eines engagierten Teams in Zusammenarbeit mit Experten und kreativen Köpfen entwickeln. Diese Saison haben wir zum Beispiel mit Designer Lutz Huelle kooperiert. Die Denim Trends Area, zusammen mit bestimmten Seminaren, gehört zum Key-Treff für Brands. Dort können sie die richtigen Stoffe, Silhouetten, Waschungen und Veredelungen für ihre kommenden Denim-Kollektionen auswählen. Neben dem Angebot unserer Aussteller und dem von uns bereitgestellten Trendausblick, liefern wir auch weiter scharfen und expliziten Content. Dies verdanken wir unserem Vermögen, die Themen und Probleme, die die Denim-Industrie und ihre Entwicklungen betreffen, vorausszusehen und zu analysieren. Tatsächlich ist Vorhersage der Schlüssel. Das ist es, was wir gewöhnlich bezüglich der heutigen Denim-Entwicklung machen – die modebewusster, nachhaltiger und mit schnelleren Kollektionszyklen arbeitet, denn je. Darum haben wir das Konzept verändert und eine Tradeshow lanciert, die strategisch an Kreation, Innovation, Nachhaltigkeit und modischerem, zeitgemäßerem Denim orientiert ist.

„Wir werden der Denim Première Vision einen britischen Twist verleihen!“

Warst du zufrieden mit der aktuellen Edition? Ja, das waren wir. Die Show hat quasi ihr neues Besucherziel erreicht: sehr hochrangige Modemarken, Designer,

Luxusplayer, pure Web-Player, Jeanswear-Marktführer, ebenso wie sehr qualitative Einkäufer und Kreative. Sie alle kamen, um die Neuigkeiten dieser Saison zu entdecken. Es war eine frischere, dynamischere Show mit einer sowohl freundlichen, als auch einer Business-Atmosphäre. Die Modeinformationen, die wir entwickelt und bereitgestellt haben, waren sehr treffend und effizient, weshalb diese Show auch sehr inspirierend war. Sie war eine Konkretisierung des ersten Schritts unseres neuen Messekonzepts mit einem zeitgemäßerem und modischeren Touch. Außerdem war die Location sehr gut und hat den Menschen die Möglichkeit gegeben, sich in einem ruhigeren aber auch produktiveren Umfeld zu treffen.

Die nächste Show wird in London stattfinden. Warum habt ihr diese Stadt gewählt? Wir wollen, dass die Denim Première Vision näher an Modemarken heranrückt, die Indigostoffe nutzen, um zeitgemäße Denimkollektionen zu kreieren. Wir haben uns daher entschieden, sie zu erneuern und dadurch eine internationale Veranstaltung anbieten zu können. Heißt: Ab jetzt wird die Denim Première Vision abwechselnd in Paris und einer anderen europäischen Fashion-Stadt stattfinden. Ziel ist es dabei, die Nähe zu Mode- und Designmärkten zu fördern und der Branche neue Inspirationsquellen zu bieten. Darum wird der erste Schritt der Show außerhalb von Paris am 05. und 06. Dezember 2018 nach London gehen: Eine internationale Stadt, die in Sachen Transport und Unterkünfte gut organisiert ist und über eine echte Mode- und Kulturszene mit sehr kreativen Marken und Designern verfügt – und das insbesondere im Denimbereich. Der Veranstaltungsort, die ‚Old Truman Brewery‘, befindet sich im Herzen des lebendigen Osten Londons, einem Mode-, Kunst- und Kulturdistrikt. Wir werden der Denim Première Vision einen britischen Twist verleihen!

Was erwartest du von der kommenden Show? Unsere neue Strategie für die Denim Première Vision ist eine Evolution aus mehreren Schritten. In London ist es die Idee, unsere Positionierung in Mode und Contemporary Denim zu bekräftigen. Der Zweck davon ist, die Industrie weiterhin zu inspirieren und die neuesten kreativen und technischen Innovationen vorzustellen. Die kommende Show wird die Gelegenheit sein, unsere Fähigkeit zu zeigen, unseren Besuchern neben der Businessdimension auch lebendige und wahrhafte Erfahrungen zu bieten.

Was sind die Vorteile des neuen Konzepts? Der Vorteil des neuen Konzepts ist die Adaption der neuen Marktansprüche. Dies dient der Bereitstellung eines angepassten Angebots, um der Industrie gute Möglichkeiten zu bieten, ihre neuen Entwicklungen zu kommunizieren, Content-Trends und industrielle Probleme einzubringen. Es ist die Antwort auf die Entwicklung des Denim- und Modemarktes.

Geschrieben von: Renée Diehl

Donnerstag, den 07. Juni 2018 um 14:43 Uhr - Aktualisiert Freitag, den 08. Juni 2018 um 09:34 Uhr

Worauf freust du euch am meisten? Nach zehn Jahren Erfolg mit einer Show, die zu einer der führenden auf ihrem Gebiet wurde, freuen wir uns wirklich sehr darauf, die Denim Première Vision auf das nächste Level in Sachen Mode und zeitgenössischer Kreation zu bringen.