

## VIEW PREMIUM SELECTION

### Rundum gelungener Auftakt für die Autumn.Winter 25/26 Saison

**Der VIEW Premium Selection gelingt ein äußerst erfolgreicher Saisonauftakt: Am 26. und 27. Juni präsentierten rund 260 internationale Lieferanten ihre neuesten Trends und Materialinnovationen für die Autumn.Winter 25/26 Saison aus den Segmenten FABRICS, ADDITIONALS, DENIM und SPORTSWEAR in München. Die hohe Besucherfrequenz übertraf dabei die Erwartungen der Veranstalter und bestätigt damit die Wichtigkeit des Termins. In diesem Jahr fand das exklusive Preview-Konzept der MUNICH FABRIC START einmalig im b-tween, dem ehemaligen Department Store des Kaufhof am Karlsplatz Stachus, mitten in der Münchner City statt.**

**München, 27. Juni 2024.** Hohe Besucherpräsenz, gute Stimmung, glückliche Aussteller: Eine der erfolgreichsten VIEW Premium Selections endet heute nach zwei gleichermaßen positiven wie produktiven Tagen, die vor allem geprägt waren von der Suche nach neuen Trends, Materialien sowie technologischen und nachhaltigen Innovationen. Die exklusive Preview-Messe der MUNICH FABRIC START Exhibitions GmbH versammelte rund 260 selektierte und kuratierte Aussteller und Kollektionen für einen ersten, vielversprechenden Einblick in die Autumn.Winter 25/26 Saison. Zu entdecken gab es Neuheiten in vier Bereichen: **FABRICS** mit Stoffen und Trends im Materialbereich, **ADDITIONALS** mit Highlights aus dem Zutatensegment, sowie **DENIM** und **SPORTSWEAR**.

Der aufgrund der Terminkollision mit der UEFA-Fußballeuropameisterschaft notwendig gewordene Umzug in die Interim-location im b-tween im ehemaligen Kaufhof am Stachus erwies sich als Glücksgriff. Die Location der einmalig als Pop-Up-Tradeshows konzipierten VIEW direkt in der Münchner Innenstadt entpuppte sich als optimaler Platz für Austausch und Kreativität. Der ehemalige Department Store am Karlsplatz Stachus vereint Mode, Kunst und Kultur an einem Ort – und liegt dabei in direkter Nähe zahlreicher Hotels, Restaurants und Parkplätze. In inspirierender, nahbarer Atmosphäre haben lebendige Gespräche, effektive Ordern und spannende Ideen einen wunderbaren Interim-Raum gefunden.

*“Die VIEW hat eine verheißungsvolle und vielversprechende Erkenntnis gebracht: Alle Aussteller und Besucher haben eine Aufbruchstimmung in der Branche gespürt und sich diese Wahrnehmung gegenseitig bestätigt. Die Atmosphäre war eindeutig geprägt von vorsichtig positiven Perspektiven und vielen wertvollen Gesprächen. Damit hat die VIEW gezeigt, wie wichtig dieser frühe Zeitpunkt für ein erstes Branchentreffen und als Barometer in Kombination mit der MUNICH FABRIC START Anfang September ist.“*

**Sebastian Klinder, Managing Director MUNICH FABRIC START**

*“Schön war’s. Wirklich alles war gut. Und das würde ich auch gerne einfach mal so stehen lassen. Es war eine ganz schöne Anstrengung und Herausforderung für unser ganzes Team, in einer uns unbekanntem Location, die noch dazu nicht für die Durchführung einer Messe ausgelegt ist, eine reibungslose Veranstaltung mit unserem eigenen hohen Qualitätsanspruch umzusetzen. Umso mehr freut es mich, dass wir jetzt von allen Seiten das Feedback bekommen, dass es zwei erfolgreiche, effektive und effiziente VIEW-Tage waren.“*

**Frank Junker, Creative Director & Partner MUNICH FABRIC START**

# MUNICHFABRICSTART

INTERNATIONAL FABRIC TRADE SHOW

## PRESSEMITTEILUNG

Zahlreiche, international relevante Hersteller wie Achille Pinto, Balli Rafanelli, Barth & Könenkamp Seiden, Davaris Textiles, Dutel Creation, Eton Textile, Fitecom, Lisa, Malhia Kent, Mario Bellucci, Nova Fides, Texapel oder We Nordic Label Studios präsentierten auf der VIEW ihre Neuheiten. Besucher kamen von so namhaften Firmen wie Adidas, Aigner, Alberto, Baldessarini, Betty Barclay, Bogner, Brax und Bugatti über Cambio, Comma, Drykorn, Engelhorn, Hannes Roether, Hanro, Herrlicher, HSE, Hugo Boss, Iris von Arnim und Joop! bis hin zu Lagerfeld, Leineweber, MAC, Marc Cain, Marc O'Polo, More & More, OUI, Riani, Schumacher, SET, s.Oliver, Sportalm oder Strellson. Trendseitig zeigte die VIEW erste Einblicke und Prognosen in die Trendthemen der MUNICH FABRIC START:

**Tough Textures** bieten in der kommenden Saison eine Kombination aus Widerstandsfähigkeit und Ästhetik. Die robusten, strukturierten Materialien verleihen den Designs einen gewissen Charakter bei gleichzeitigem Komfort und Funktionalität. **Rediscovered Patterns** bringen eine nostalgische und gleichzeitig moderne Wendung mit sich. Die klassischen Muster und Designs vergangener Jahrzehnte werden neu belebt und mit Contemporary Elements kombiniert. Glänzende Oberflächen, luxuriöse Materialien und moderne, minimalistische Einflüsse zeichnen sich in der **Slick Decadence** ab. Der Trend vereint Eleganz und Opulenz in einer insgesamt gehobenen Ästhetik. **Surreal Surfaces** legen den Fokus auf innovative und außergewöhnliche Oberflächenstrukturen, die sowohl visuell ansprechend als auch taktil interessant sind.

**Hugging Volume** zeichnet sich durch voluminöse Silhouetten und weiche, fließende Materialien aus, die eine einhüllende Wirkung erzeugen. Edle Materialien und luxuriöse Texturen finden sich im **Luxury Blend** Trend, der sowohl Komfort als auch Raffinesse betont. **Romantic Rebellion** vereint zarte, romantische Elemente mit einem rebellischen Touch. Florale Muster treffen auf kantige Schnitte und dunkle Farbtöne, um einen spannenden Kontrast zu schaffen. **Compact Protection** bietet funktionale Designs mit Fokus auf Schutz und Komfort. Die Designs sind kompakt und praktisch, ohne dabei auf Stil und Ästhetik zu verzichten. **New School Classics** modernisieren traditionelle Klassiker mit aktuellen Details. Klassische Muster und Schnitte werden durch spannende Farben und Elemente neu interpretiert. Und **Opulent Luxury** steht für extravaganten Luxus und opulente Materialien. Die Designs sind reich an Details und versprühen hochwertigen Glamour.

Schließlich findet bereits in zehn Wochen das nächste große Branchen-Treffen in München statt: Vom 3. bis 4. September 2024 öffnen dann die MUNICH FABRIC START und THE SOURCE im MOC, und parallel dazu die BLUEZONE und das KEYHOUSE auf dem unmittelbar benachbarten Zenith Gelände ihre Türen. Dann präsentieren wieder Aussteller aus aller Welt auf einer Fläche von etwa 42.500 Quadratmetern, aufgeteilt in acht Bereiche, rund 1.100 Kollektionen für die Mode- und Bekleidungsindustrie. In den eindrucksvollen Trendforen und Sample Areas können Designer und Hersteller zusammenkommen und sich zu den neuesten Innovationen sowie Farb- und Materialtrends inspirieren lassen. Die Denim Trade Show BLUEZONE steht wie immer ganz im Zeichen von Denim, Street- und Sportswear. Sie versammelt insgesamt rund 100 Kollektionen im industriellen Chic der Zenithhalle. Abgerundet wird das Event durch ein sorgfältig kuratiertes Vortragsprogramm sowie vielfältige Möglichkeiten zum Netzwerken.

### STIMMEN ZUR VIEW:

*„Ich habe es lange nicht mehr so genossen, auf einer Messe zu sein. Die Verbindung zwischen improvisiertem Zweitnutzen und charmanter Abgerocktheit der Location führt zu einem so kreativen Spirit, dass ich mich richtig energetisiert fühle. Ich hatte hier während beider Tage tolle Gespräche und Kontakte und habe mich mit vielen Leuten ausgetauscht, die sich auf anderen Veranstaltungen nie für einen tiefgründigen Dialog Zeit nehmen.*

*So macht Messe Spaß!“*

– Karin Schmitz | Peclers Paris

# MUNICHFABRICSTART

INTERNATIONAL FABRIC TRADE SHOW

## PRESSEMITTEILUNG

*„Obwohl sie sich vorher unsicher waren, ob sie kommen, waren sie einfach alle da. In der HAKA ist der größte Trend der hin zu technischer Performance. Ob Polyamid Jersey für Jackets oder für Tech Chinos – die Zeichen stehen auf innovative Strickqualitäten. Nach wie vor große Themen sind zudem Rip Stops und gepflegte Baumwolle.“*

- **Michael Feller | Agentur Michael Feller**

*„Die kurzfristig notwendig gewordene Verschiebung und minimale Resonanz unserer Kunden während unserer Gespräche im Vorfeld haben uns ehrlich gesagt mit null Erwartungen anreisen lassen. Und jetzt stehen wir hier und sind mega zufrieden. Es ist einfach super. Es ist voll, kuschelig, familiär – endlich mal wieder so eine positive Stimmung, wie wir uns das seit langem wieder auf einer Messe wünschen.“*

- **Susanne Gacon | dg textilagentur**

*„Es gibt einen großen Trend, der alle unsere Gespräche bestimmt: Sustainability. Ganz viele Marken realisieren jetzt erst, dass sie ihre Produkte in zwei Jahren nicht mehr in die EU importieren dürfen, wenn nicht auch alle Zutaten und Accessoires Lieferkettensorgfaltsgesetz-konform sind. Einen Aufruf an die Branche möchte ich an dieser Stelle platzieren: Wenn Designer nichts Neues finden, dann langweilen sie sich; und dann kommen sie nicht mehr. Wir Aussteller müssen alles daran setzen, auf den Messen echte Neuheiten und Innovationen zu zeigen.“*

- **Charlotte Bøgegreen | We Nordic**

*„Ich wünsche mir ein Umdenken in der Branche. Stoffproduzenten und Agenten müssen verstehen, dass der deutsche Modemarkt nur dann erfolgreich in der Zukunft ankommen kann, wenn wir uns radikal selbst hinterfragen und teilweise auch neu erfinden. Die dazu notwendigen Impulse können unserer Meinung nach ausschließlich komplett neue Konzepte liefern. Entrepreneurial Spirit kann aber nur dann belohnt und erfolgreich werden, wenn er von denen, die am meisten an einer zukunftsfesten deutschen Fashion interessiert sein müssten – nämlich den Lieferanten – unterstützt wird.“*

- **Kathrin Mormann & Jan Zoet | Numéro 202020**

*„Für die Menswear liefert der Termin der VIEW ein erstes Feedback zu einem sehr guten Timing: generell geht der Trend zu ruhigeren Farben, die Knalligkeit ist raus und wir besprechen viele Naturals sehr gut mit unseren Kunden. Grau ist der logische Farbfokus, kombiniert mit Akzenten in Glacier-Tönen und Gucci-Rot. Wir haben viele Tweeds, bearbeitet mit Effektgarnen und Finishings präsentiert. Nachhaltigkeit ist für uns zudem inzwischen kein Trend oder Add-on mehr, sondern Teil der Grundleistung.“*

- **Barbara & Manuel Hoechel | Balli**

*„Ich gehe auf Stoffmessen, um Fabrics zu finden, die mich begeistern. Die neu sind, aber gleichzeitig thematisch an meine letzte Saison anschließen. Aktuell sprechen mich zum Beispiel neue Cords mit spannenden Färbungen oder leichtere Walks an.“*

- **Hannes Roether | Hannes Roether**

*„Die Location ist richtig cool: innerstädtisch und lebendig. Es passiert so viel um die Venue herum, dass die Dynamik einfach von draußen nach drinnen schwappt und hier eine ganz tolle inspirierende Atmosphäre entsteht.“*

- **Kat Schrottko | Freelance Fashion Consulting**

### ÜBER DIE VIEW PREMIUM SELECTION:

An zwei Messetagen bietet die VIEW der Branche den optimal konzentrierten Rahmen, um die aktuellsten Trends, Materialentwicklungen und aktuellste Innovationen zu einem frühen Zeitpunkt zu sichten und wichtigen Austausch mit ihren wesentlichen Lieferanten zu führen. Das sorgfältig kuratierte Portfolio umfasst über 250 hochwertige Kollektionen in vier Segmenten von internationalen Lieferanten. Neben der Preview Textile Show VIEW Premium Selection organisiert die Munich Fabric Start Exhibitions GmbH zwei Mal jährlich die Internationale Fabric Trade Show MUNICH FABRIC START sowie die Internationale Denim Trade Show BLUEZONE.