



**Chic Beijing 26. - 29.03.2013**

**Die 21. CHINA INTERNATIONAL MODE & ACCESSOIRES MESSE**

### **Asiens größte Modemesse – Die Brücke zum Chinesischen Verbrauchermarkt**

- die Plattform für Brand Marketing und Imageförderung
- das internationale Mode-Fenster mit Marken aus der ganzen Welt
- klar strukturierte Messe vermittelt einen Überblick über alle Modebereiche
- strategische Planungen für 'match-making' Aktivitäten und effizientes Besucher-Management

Authentische europäische Mode, vor allem der high-end Markt, ist sehr beliebt bei den Chinesen. **CHIC BEIJING**, die größte Modemesse Asiens, präsentiert nicht nur Damen-, Herren- und Kinderbekleidung, sondern auch Body/Beachwear und Accessoires. Die 8 Hallen, die sich über mehr als 100.000 Quadratmeter erstrecken, sind stets komplett ausgebucht. So konnten bei der diesjährigen **CHIC** im März 2012 die Ausstellerwünsche von Marken aus aller Welt nicht vollständig erfüllt werden. Einen beeindruckenden Überblick der enormen Entwicklung des chinesischen Modebereichs boten die einheimischen Labels mit ihren riesigen Ständen. Auf der **CHIC** im März 2012 zeigten sie wie nie zuvor das korporative Design ihrer Labels. Zwei der acht Hallen stehen internationalen Firmen zur Verfügung, doch diese Zahl erhöht sich von Jahr zu Jahr. Gerard Roudine, seit vielen Jahren Organisator des französischen Pavillons, artikuliert seine große Zufriedenheit mit der diesjährigen **CHIC**: „Die französischen Aussteller waren mit ihrer Teilnahme an dem Event sehr zufrieden und konnten vor Ort Orders in Höhe von 800.000 Euro schreiben. Die Messeaufträge umfassten HAKA, DOB, KIKO sowie Accessoires und Schuhe/Taschen.“ Roudine stellte in diesem Zusammenhang fest, dass immer mehr Käufer direkt 'on-site' auf der Messe bestellen. Die belgische Designerin Sarah Pacini erzielte mit Unterstützung ihrer chinesischen Agentur Jam Fashion Group sehr gute Resultate auf der Messe. Im Verlaufe der Messe sprach sie mit vielen Händlern und diskutierte mit Franchise-Nehmern eine potentielle Kooperation für den Markteintritt.

Internationale Gemeinschaftsstände wurden von Frankreich, Hong Kong, Italien, Japan, Korea, USA und Deutschland organisiert. Der **deutsche Pavillon**, mit dem schlichten Namen '**Made in Germany**', war ein absoluter Blickfang und zog die Aufmerksamkeit der Messebesucher auf sich. Insgesamt präsentierten sich 25 deutsche Marken auf der **CHIC**,



中国国际服装服饰博览会  
CHINA INT'L CLOTHING  
& ACCESSORIES FAIR  
**chic**

unter ihnen bekannte DOB Labels wie Marc Cain, Luisa Cerano, Oui, Sem Per Lei, Gerry Weber, und Betty Barclay. Männermode-Labels wie Benvenuto, Digel und Stones, sowie Wäschefirmen wie Naturana oder das Strumpf-Label Kunert waren ebenfalls vertreten. Das kommende Event steht auch jetzt wieder im offiziellen Auslandsmesse-Programm der Bundesrepublik Deutschland. Andere europäische Länder haben ebenfalls bereits ihre Teilnahme zugesagt.



### **Der prosperierende chinesische Markt**

Der Konsum von Textilien und ready-to-wear wächst stetig in China. Gemäß der CTIA (Chinesischer Textilindustrie Verband) entfällt ein Anteil von 82,9% (= plus 1,7% ) am wertmäßigen Gesamtabsatz auf den Inlandsmarkt. Auf Grund steigender Einkommen, einem höheren Lebensstandard und wachsendem Bruttoinlandsprodukt wird der pro Kopf Verbrauch in Mode (2010 = 12,5 %) weiterhin steigen.

Die aktuellen Men's Fashion Shows in Mailand haben deutlich gezeigt, dass die wichtigste Einkäufergruppe aus China kam. Der Export von Männerbekleidung nach China stieg um 30% im Vergleich zum Vorjahr. Das 'Handelsblatt' zitierte den italienischen Verbandpräsidenten wie folgt: „Heute haben wir 90 Millionen wohlhabende Käufer. Unser Ziel ist es, in fünf Jahren die Zahl auf 190 Millionen zu erhöhen - davon wird ein Drittel der Käufer aus China stammen.“

### **Special CHIC Services für internationale Teilnehmer**

Für die **CHIC 2013** arbeiten die Veranstalter bereits wieder an neuen Strategien. Ein wichtiger Punkt wird ein noch effizienteres Besucher-Management sein. **CHIC** bietet Dienstleistungen wie Match-Making, assistiert in der Organisation von Fashionshows und arrangiert Medienkontakte. Außerdem wird eine Vielzahl von Seminaren angeboten, die Ausstellern bei dem Eintritt in den chinesischen Markt helfen sollen. Die europäischen Labels der Messe werden in einem speziellen Katalog präsentiert, der dann an chinesische Kaufhäuser, Händler, und Agenturen verteilt wird, um diese über die konkreten Profile



中国国际服装服饰博览会  
CHINA INT'L CLOTHING  
& ACCESSORIES FAIR  
**chic**

deutscher Marken zu informieren. Diese und weitere Dienstleistungen gehören zu den Angeboten der **CHIC BEIJING**.

### **CHIC BEIJING 26. - 29.03.2013**

Das kommende Event wird voraussichtlich eine noch höhere internationale Beteiligung aufweisen können, nachdem die **CHIC** sich bereits heute als einflussreichste Modemesse in Asien etabliert hat. Von Jahr zu Jahr zeigt **CHIC** immer das höchste Level, stellt die professionellsten Dienstleistungen bereit und fungiert als Problemlöser der weltweit angereisten Aussteller aus der Modebranche.

### **Die Zahlen der CHIC 2012**

110.000 Besucher, davon 14.562 Mode-Agenturen, 3.423 Kaufhäuser, 1.508 Besucher von Einkaufsmärkten, 2.872 ausländische Firmenbesucher, 7.307 Besucher von Einkaufsunternehmen, 585 VIPs, 21 Länder und Regionen

**Offizielle Repräsentanz für Europa (ausgenommen Frankreich und Italien)**

**JANDALI MODE.MEDIEN.MESSEN**

**FASHION HOUSE 1 . OFFICE 117**

**DANZIGER STRASSE 101 . 40468 DÜSSELDORF**

**FON +49-211 30264337 FAX 0211-58588566**

**EMAIL CONTACT [INFO@JANDALI.BIZ](mailto:INFO@JANDALI.BIZ)**