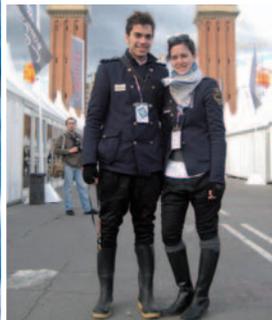




Das Messewahrzeichen der B & B



Herzallerliebst: Eingang zur Denim Hall



B&B Uniformen von Drykorn



Walter Van Beirendonck



Thank you and bye bye Barcelona, sagte Karl Heinz Müller offiziell am letzten Messttag der Bread & Butter und bedankte sich herzlichst bei den Organisatoren. Am ersten Messttag der B&B waren die Gerüchte bereits im Umlauf, dass sich die Messe verabschieden wird. Das Thema Wirtschaftskrise war demzufolge erstmal sekundär. Müller betonte, dass es nie die Philosophie der Messe war, sich an eine Stadt oder ein Land zu binden. „Wir sind aus Berlin gekommen und in Barcelona groß geworden. Da der

Markt ständig in Veränderung ist, ist es wichtig, sich den Entwicklungen der Zeit zu stellen. Jetzt hat Barcelona die Möglichkeit, selbst etwas auf die Beine zu stellen. Barcelona ist eine wichtige Fashionmetropole in Europa geworden.“ Die United Nations of Bread & Butter in Barcelona war die achte Ausgabe der Lifestylmesse für „selected brands“. Die Messe zeigte sich auch diesmal in gewohntem Umfeld und aufs Perfekteste organisiert. Obwohl die Stimmung bei Ausstellern und Besuchern gut war, war es ein vorsichtiges Herantasten an

BARCELONA → BERLIN

Karl Heinz Müller verabschiedet sich mit der Messe Bread & Butter von Barcelona und zieht nach Berlin. Zum letzten Mal strömten die Besucher in die katalanische Hauptstadt. Wie immer war die Stimmung gut.

Auf der Fashionshow von Ed Hardy



Chillout im gut belegten Luna-Park.



Camel active präsentiert die Looks



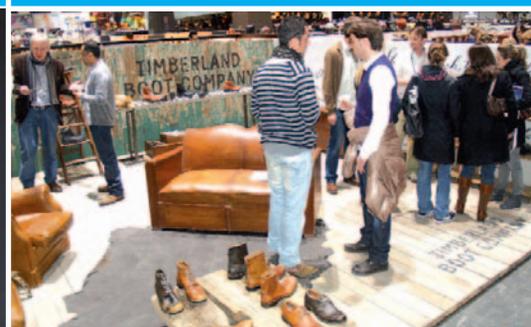
Denim Hall & Friends



Bunt wird's auf dem Camper-Stand



Trendige Besucher

Fashionshow
G-Star

Besuch bei Timberland

die Saison. Die Händler suchten nach Produkten, die womöglich die nächste Saison modemäßig überdauern würden. Nachhaltigkeit war eines der wichtigsten Schlagworte auf der B&B. 800 Brands und 79 942 Fachbesucher aus über 100 Ländern waren da. „Mit diesem hervorragenden Ergebnis im Rücken gehen wir unser neues Projekt an“, verkündet Karl Heinz Müller. Die Temperaturen in Barcelona waren frühlingshaft und die Sonne erlaubte es den Besuchern auch, zwischendurch gemütlich im Lunapark zu verweilen.

Mehr Business als Party

Das freakige Partypublikum, das die vergangenen Veranstaltungen zu einem inspirierenden Laufsteg umfunktionierte, war in eindeutig reduzierter Zahl anzutreffen. Die B&B ist zu einem seriösen Geschäftsplatz geworden. Weniger Party, mehr Business heißt die Devise. Doch es waren diesmal deutlich weniger Aussteller da. Die bewährten Bereiche Denim, Sportswear, Street Fashion, Function Wear und Casual Dressed up wurden von The Source (Stoffe und Zutatenprodukte) ergänzt.

In den Sports-&-Street-Halle gab es noch freie Flächen und um eine Etage weniger Aussteller. Viele junge Kreative, die in der Vergangenheit mit eigenen, kreativen Marken versucht hatten, Fuß zu fassen, fehlten. Ob die Messe zu teuer war, oder ob deren Business nicht mehr existierte, darüber ließe sich diskutieren. Im Alltagsgeschäft der Streetwear ist Authentizität gefragt. Starke Marken, gute Styles und ehrliche Preise werden von den Händlern gesucht. In der Sports-&-Street-Halle waren Lifestylestores gut aufgehoben, die den jungen Markt bedienen. Marken wie Lacoste, K-Swiss, Cushe, Dr. Martens oder L.A. Gear zeigten sich zufrieden mit der B&B Barcelona. Neben bewährten, teils modifizierten Styles setzten alle Fabrikate auf starke neue Produktlinien. Der Markt bräuchte die perfekte Balance aus Sicherheit und Anreiz.

Wi 09: Heritage kommt zurück

Die neuen Schuhtrends für Winter 09/10 zeigten einerseits eine knallige Mehrfarbigkeit und andererseits Basisfarben in Weiß, Schwarz und viel Natur. Das Thema Natur stand einer lässigen und trag-

baren Sportivität gegenüber. Alle namhaften Hersteller zeigten „Heritage“ Kollektionen (d.h. Retromodelle, die die Marke in ihrer Anfangszeit berühmt machten). Viele dieser Linien waren vom Tennisschuh inspiriert und stammten aus den 60er, 70er- oder 80er-Jahren. Die Verbundenheit zur Firmengeschichte soll nachhaltige Werte vermitteln. Nostalgische Retromodelle finden so Einlass in Schuhschränke der jungen Generation.

Mit „Customized“-Styles hingegen machten Marken wie Reebok oder Quick auf sich aufmerksam. Graffiti-Künstler gestalteten neutrale Modelle nach den Wünschen der Besucher. Eine Idee, die sich der Handel als Eventidee ebenfalls zum Nutzen machen könnte, um seinen Kunden persönliche Wünsche zu erfüllen.

Tattoo- und Vintage-Legende Christian Audigier präsentierte sich auf der Avenida auf rund 1000 qm innerhalb einer gemeinsamen Präsentationsplattform mit seinen verschiedenen Kollektionen: Christian Audigier, Ed Hardy, Smet, Crystal Rock, Paco Chicano und C-BARA. Begleitet wurde der imposante Auftritt von täglich zwei kollektiven Fashion Shows.



Gummistiefel im Trend: Hunter



George, Gina & Lucy



Die bunte Welt der schnellen Schuhe.

Die Atmosphäre in der Denim Hall spiegelte den Enthusiasmus und das Wesen dieses Segmentes wider, das sich permanent neu erfindet und modernisiert. Pulsierende Beats und mit viel Liebe zum Detail entworfene Stände untermalen die spannungsgeladene und lebendige Atmosphäre der Area – mächtig, kraftvoll und wild! Fixe Größen der Branche wie G-Star, Levis, Hilfiger, Pepe Jeans, Replay oder Firetrap dominieren. Alle namhaften Hersteller sind im Schuhbusiness vertreten.

Flohmarktprodukte gesucht

Ein großer Wertetrend, der so individuell interpretiert werden kann, wurde auf der Messe viel besprochen. Da der Markt mit Wegwerfmode vollgepfertcht ist, suchen viele Händler nach Produkten, die Charakter und Seele haben. Alles, was Körper hat und mehr oder weniger kompakt und einfach zu handeln ist, vermittelt diese neuen Werte.

Produkte, die wahre Geschichten erzählen konnten, waren eine gesuchte Thematik auf der B&B. Das bestätigte nachhaltig der große Erfolg der Flohmarktes, wo Schätze

aus verschiedenen Jahrzehnten im Fundus der Flohmarktspezialisten aus Frankfurt, Stockholm, Barcelona oder New York zu finden waren. Produkte namhafter Brands waren hier genauso zu finden wie außergewöhnliche Unikate der letzten Jahrzehnte. Wer ein gutes Auge und ein selbstsicheres Stilgefühl hatte, konnte hier schon die Trends von morgen und übermorgen in ihren Ansätzen erkennen.

Hauptsache Stiefel

Die neuen Wintertrends wurden teils vom experimentierfreudigen Publikum schon getragen. Mid Cut Sneakers sind das Highlight bei Sportswear. Farbe hält bei Sportschuhen Einzug. Weiß ist nach wie vor ein Megathema – auch für den Winter –, doch ohne knallige Farben und Neon geht nichts. Schwarz, Grau und Metallic sind harmonisierend. Auf den neuen Sneakertrend setzt auch Walter Van Beirendonck mit seiner futuristischen Linie W6YZ (sprich: Wizz). Marken, die sich mit dem Thema Nachhaltigkeit befassten, setzten bei Schuhen ganz auf Natur, kombiniert mit Schwarz und dun-

klem Nachtblau. Hochwertige Glattleder und viel Fell zierten die Kollektionen. Stiefel sind das große Thema – geschnürte Bergschuhtypen, schwere Militarystiefel zum Schlupfen, Westernstiefel, fransige Indianerstiefel. Pumps gab es kaum. Und wenn, waren sie jung, spitz und mit Nieten dekoriert.

Events auf der B & B

Grosse Beachtung erhielt die Ausstellung „Creative R'evolution – 50 Years of Fluxus from the Archivio Bonotto“, eine von dem renommierten Weber Luigi Bonotto kuratierte Ausstellung mit Werken der Fluxus-Bewegung. Fluxus begann Anfang der 60er und ist eine Form der Aktionskunst, die sich („Alles ist Kunst“) mit der subjektiven Beziehung zwischen Alltagsgegenständen und Kunst auseinandersetzt. Künstler wie Joseph Beuys, George Bracht und George Maciunas fanden hier ihre künstlerische Heimat.

Ein begehrtter Anlaufpunkt auf der B&B war zudem die G-Star-Fashionshow, die sich die Jeans und Militaryboots perfekt inszenierte.

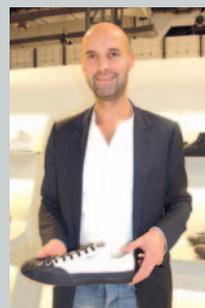
Karin Grabner



JOHN NIELSEN, K-SWISS
„Hier treffen wir die Key-Accounts und die wichtigen Entscheider. Das Publikum ist mehr an Geschäften als an Party interessiert. Von der Wirtschaftskrise wurde zwar gesprochen, sie war aber nirgendwo spürbar.“



MIKE SCHÖNE, LACOSTE
„Wir sind mit der Kollektion bereits seit Dezember unterwegs. Die Reaktion der Händler ist überaus positiv. Sie suchen Neues und ordern es auch. Nur mit neuen Produkten kann ein Händler sein Markenprofil ausbauen.“



PETER STRATMANN, G-STAR
„Die Frequenz der Besucher auf der B&B ist deutlich gestiegen. Neben sportiven Produktgruppen bieten wir nun auch rahmengenäherte Schuhe an. Kompakte Boots sind die absoluten Highlights zum Winter 09.“