



Berlin, 16. Januar 2020

Panorama Berlin Herbst/Winter 2020/21
14. bis 16. Januar 2020, Berlin Tempelhof

HOT SPOT TEMPELHOF!

PANORAMA BERLIN STARTET DURCH!

Mit einem durchschlagenden Erfolg ist die mit Spannung erwartete 15. Edition der Panorama Berlin am heutigen Donnerstag zu Ende gegangen. Vom Start weg zeigte die Panorama Berlin und die Selvedge Run & Zeitgeist eine hohe Auslastung, so dass die Hangars durch die Besucherströme zeitweise bis an ihre Kapazitätsgrenzen kamen. Die Premiere der Panorama Berlin und der Selvedge Run & Zeitgeist am ikonischen Flughafen Tempelhof ist geglückt! Rund 20.000 Quadratmeter voller Fashion & Lifestyle, neuer Impulse, innovativer Konzepte und starken Botschaften haben die Veranstaltung zum meist diskutierten Fashionevent gemacht.

Der Vibe vom Flughafen Tempelhof übertrug sich auf Besucher und Aussteller und war geprägt von Dynamik und Positivität in der atmosphärisch tollen Location. Einigkeit herrschte darüber, dass der historische Tempelhof dem Modestandort Berlin als zentralem Fashion-Hub jede Menge Power gibt. An allen drei Tagen schoben sich die Fachbesucher durch volle Gänge auf dem Airfield, in Hangar 5 und Hangar 6 sowie durch die Showrooms der Selvedge Run & Zeitgeist. Die unmittelbare Nachbarschaft zur NEONYT in Hangar 4 wurden von den Besuchern dankbar angenommen und hat für positive Impulse gesorgt. Beide Veranstaltungen konnten von der gewollten Nähe profitieren.

Bedeutsam war der spannende Querschnitt der Fachbesucher in den Hangars und auf dem Airfield. Von großen, internationalen Departmentstores über mittelständische Fachhandelshäuser und Concept Stores hinzu einer bemerkenswert hohen Anzahl an Premiumboutiquen. Es herrschte beste Aufbruchsstimmung. Händler suchten gezielt nach Neuheiten, Stories rund ums Produkt und zeigten großes Interesse an neuen Konzepten. Die Händler ließen sich von der gekonnten Inszenierung inspirieren, denn klar ist, die Emotionalisierung der Marken auf der Fläche ist immens wichtig.

Jörg Wichmann, CEO der Panorama Berlin: „Danke an alle, die geholfen haben in der kurzen Vorbereitungszeit, dieses tolle Event möglich gemacht zu haben. Wir wurden enorm bestätigt und gehen mit jeder Menge positiven Gesprächen und Feedbacks sowie vieler, toller Ideen und Anregungen für die nächste Sommeredition aus der Veranstaltung.“

Stay Tuned!



AUSZUG AUSSTELLER STATEMENTS:

Miss Goodlife, Stefan Naber, Inhaber

„Für uns war es eine der besten Messen überhaupt, seitdem wir in Berlin ausstellen. Alle unsere Kunden sind total begeistert von der Location. Der Besucherstrom schon am Vormittag des ersten Tages war für uns sensationell. Sehr viele große Modehäuser waren da. Ich bin sehr gut gestimmt. Wir freuen uns schon auf die nächste Messe.“

PME Legend, Sascha Bensch, Sales Manager Just Brands

„Wir sind Mega zufrieden. Die Resonanz ist super. Wir haben hier auf dem Airfield eine top Positionierung. Der Tempelhof ist die perfekte Location für die Fashion Plattformen mit seinen Darstellungsmöglichkeiten. Wir präsentieren unsere 10jährige Jubiläumskollektion und sind mit der Frequenz und der Besucherqualität enorm zufrieden.“

Alberto, Marco Lanowy, Geschäftsführer

„Ihr habt die Tore geöffnet und 5 Minuten später hatten wir *Massive Attack* auf dem Stand. Was ganz toll war, Anzugträger haben wir hier nicht gesehen, wir haben hier wirklich Modernität gesehen und das wollten wir haben. Wir haben uns spitz präsentiert und aus den 800 Möglichkeiten die wir eigentlich haben, mit einer selektierten Auswahl dem Markt eine super Guideline gegeben. Das ist sehr gut angekommen und die Qualität des Austauschs hatte keine Renaissance an alte Messen, die hier mal stattgefunden haben, die Besucher haben wirklich das Neue angenommen. Die Stimmung war super positiv.“

Lindbergh, Philipp Held, Country Manager Germany, PWT Brands

Wir sind sehr positiv überrascht, ebenso die Kunden, mit denen wir uns unterhalten haben. Alleine schon das Feeling und das Flair hier. Als hier die Pforten aufgemacht wurden, waren die Gänge sofort voll, und wir haben in kurzer Zeit super Gespräche geführt. Die richtigen, wichtigen Kunden waren da, neue Kunden waren da und Concept Stores die man in den Messehallen auch nicht immer gesehen hat und die kleineren, spezielleren Kunden waren da. Wir hatten hier auch eine tolle Verweildauer und standen hier noch um 19 Uhr mit Kunden. Die Location zieht den Handel an. Das ist das, was wir brauchen. Wir versuchen ja auch die Leute zu entertainen und abzuholen und ihnen zu vermitteln, dass sie das auch in ihren Geschäften machen müssen. Ich glaube, dass wir das in dieser Atmosphäre gut schaffen.“

Fritzi aus Preußen, Björn Nadler, Head of Sales

„Tempelhof hat den Vibe von Berlin in sich und das hat die Panorama Berlin geschafft, das rüberzubringen und eine sehr schöne Atmosphäre mit einer sehr



positiven Grundstimmung geschaffen. Es geht nicht nur um straightes Business, in der Mode geht es auch um Emotionen und das spiegelt das Ganze hier wieder. Das ist uns wichtig, auch wir wollen Emotionen zeigen. Ich glaube an den Erfolg hier am Tempelhof. Von der Besucherqualität und Frequenz waren beide Messetage super.“

Dreimaster, Karl Kreitz, Verkaufsleiter

„**Ich bin mit positiven Erwartungen** hierher gekommen. Die neue Location schafft einen positiven Impuls. Vom Konzeptionellen her finde ich es gut, dass man die Aussteller selektiert hat. Die Neonyt ist eine Bereicherung, von der wir alle profitieren. Die Leute haben dadurch nicht noch eine weitere Messe, zu der sie fahren müssen. Hier ist alles unter einem Dach, es gibt Synergieeffekte. Mein größter Wunsch ist es, **dass die Premium auch hierher findet. Dann sind wir alle zusammen.**“

Soya Concept, Malene Holwerda, Country Manager Germany & Austria

„**Wir haben viel Lob bekommen für den Stand und die Platzierung. Die Leute finden** die Gebäude und das Ambiente hier am Tempelhof gut. Von 10 Uhr bis 15 Uhr waren sehr viele Besucher da, die Stimmung bei uns auf dem Stand war wirklich gut. Ich wünsche mir allerdings noch mehr internationale Besucher. Die Kunden haben sich aber scheinbar entschieden, gleich am ersten Tag zur Panorama zu gehen, das spricht auch für die Messe. Insgesamt herrscht aber viel Frust über die Messesituation in Berlin. Es wäre sehr produktiv, wenn sich die Premium und die Panorama auf eine **Plattform einigen könnten.**“

Kenny S., Tatjana Türcke, Head of Design

„**Für uns war die Messe wirklich ein Erfolg. Die Qualität und die Zusammenstellung in** den Hangars war deutlich besser, als in den vergangenen Hallen. Die Händler fühlen sich **viel besser aufgehoben, es ist cooler, es ist konzentrierter.**“

www.panorama-berlin.com

Weitere Informationen:

Panorama Berlin: public images GmbH, Thorsten Markwardt und Petra Kraft

thorsten@public-images.de, petra@public-images.de / Tel: +49 (0)2154/4939-0