

**Zweimal im Jahr, im Rahmen der Berliner Fashion Week, soll künftig im Hotel 'Berlin, Berlin' eine zentrale Kommunikationsplattform für Body- und Beachwear entstehen. Veranstalter ist die Muveo GmbH mit Sitz in Frankfurt am Main. Erstmals soll die Messe mit Namen 'WOW' vom 15. bis zum 17. Januar 2012 stattfinden.**



Foto: Muveo GmbH / Katrin Weisser-Walther

„Die Body- und Beachwearbranche braucht eine starke Leitmesse in Deutschland“, ist sich Axel Fehse sicher, der als operativer Leiter der neuen Messe verantwortlich ist. Nachdem der Messeveranstalter Ocean Media sich nach der Absage der 5Elements in diesem Juli aus dem Wäschemarkt zurückzieht, will die WOW mit einer eigenen Veranstaltung die entstehende Lücke schließen. „Gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten braucht es den Schulterschluss der Branche und ein gemeinsames starkes Auftreten nach außen“, meint Axel Fehse.

Offizieller Veranstalter der WOW ist die Muveo GmbH in Frankfurt, die neben der Naturtextilmesse 'InNaTex', der Kindermodemesse 'KOMM', der Schmuckmesse 'Bijoux' und der Wohnambiente-Messe 'Trend Forum' auch die Wäschemesse 'Dessous' in Wallau veranstaltet und somit schon Erfahrungen im Ausrichten einer Wäschemesse, wenn auch im regionalen Bereich besitzt. Geschäftsführer ist Heinrich Freitag, der auch als Direktor der WOW in Berlin auftritt. Ihm zur Seite stehen neben Axel Fehse, Matthias Schafhauser, der Industrieerfahrungen in der Wäschebranche besitzt und Christina Kempkes, die viele Jahre in verantwortlicher Position für die Zeitschrift „Die Linie“ tätig war und als Beraterin der Berliner 5Elements gearbeitet hat. Insgesamt besteht das Team aus etwa 15 Köpfen.

Innerhalb weniger Wochen ist das neue Messe-Konzept für die WOW entstanden. Die Messe ist geplant als deutschlandweites Event. Sie soll zweimal im Jahr im Rahmen der Berliner Fashion Week stattfinden. Gezeigt werden sollen Dessous, Lingerie und Loungewear für Damen sowie Herrenwäsche, Strumpfmode und im Sommer Bademode. Die WOW Berlin wird im Hotel 'Berlin, Berlin' stattfinden. Das Hotel liegt zentral, in fußläufiger Entfernung zum Kurfürstendamm. Schon von außen soll die Dekora-



Foto: © Hotel Berlin Berlin

tion des Hauses zu Messezeiten auf die WOW hinweisen, Eingangsbereich, Lounge und Showrooms sollen durch ihre Gestaltung den Geist der Wäschebranche widerspiegeln. Von den über 700 Zimmern und Suiten haben die Messe-Veranstalter 40 für die gewerbliche Nutzung festschrei-



Foto: © Felix Wirth/Corbis

ben lassen haben. Den Ausstellern werden Räumlichkeiten in drei Kategorien sowie exklusive Sonderflächen angeboten. Die Zimmer, die außerhalb der WOW als reguläre Hotelzimmer genutzt werden, werden für die die WOW mit einheitlichen Präsentationsmodulen umgebaut. Das Bett wird zur Kollektionsplattform, der Fernseher kann mit eigenen Präsentationsvideos bespielt werden, im Bad könnte sich ein Model umziehen. So soll eine Arbeitsatmosphäre geschaffen werden, die Ruhe und Abgrenzung innerhalb der Veranstaltung garantiert.

„Alle Flächen liegen nebeneinander und sind durch einen Rundlauf zu erreichen. Wenn es bei den nächsten Messen mehr Anmeldungen gibt, bietet das Hotel genug Kapazitäten für eine Ausweitung der Ausstellungsflächen“, erklärt Axel Fehse. Für Aussteller und ihre Gäste bietet das Hotel Sonderkonditionen während der Messe. Auf diese Weise soll für die dreitägige Messe ein Zentrum für Information, Kommunikation und Unterhaltung entstehen. Besonderen Wert wollen die Veranstalter auf umfassenden Service legen: Die Parkplätze in der eigenen Tiefgarage oder direkt am Hotel sind kostenfrei, auf Wunsch mit persönlichem Parkservice. Es wird einen Reservierungsservice für exklusive Dinner in der hoteleigenen Restauration geben und einen Conciergeservice für die individuelle Abendplanung in Berlin. Auf Wunsch wird sogar eine Nähmaschine auf das Zimmer gebracht.

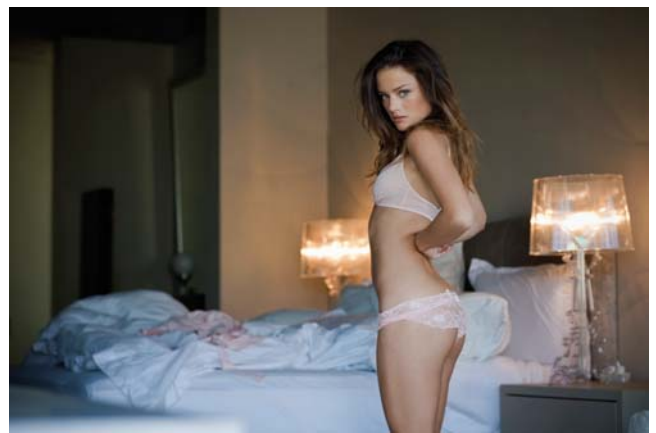


Foto: © Felix Wirth/Corbis

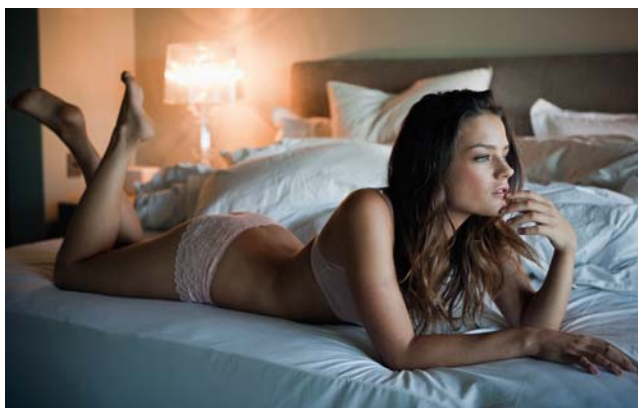


Foto: © Felix Wirth/Corbis

In den letzten Wochen hat das Team der WOW zahlreiche Gespräche mit potenziellen Ausstellern geführt. „Dabei kommt uns zu Gute, dass wir als Veranstalter die Branche und ihre besonderen Bedürfnisse und Ansprüche kennen. Unsere Mitarbeiter haben jahrelange gute Kontakte in zahlreiche Unternehmen. Ohne diese persönlichen Kontakte könnte man sicher eine Messe nicht in so kurzer Zeit auf die Beine stellen“, so Axel Fehse. Mit der bisherigen Resonanz sei man sehr zufrieden: „Viele sagen, wir gehen mit

einer wirklich innovativen Idee an den Start“, erzählt der Messeleiter, der mit seinem Team auch mit dem Handel im Gespräch ist: „Unser Bestreben gilt natürlich auch den potenziellen Besuchern klarzumachen, dass hier etwas Besonderes entsteht“. Noch liegen keine konkreten Aussteller-Anmeldungen vor, dass sei auch noch gar nicht erklärtes Ziel gewesen. „Anfang Oktober wird es einen Termin geben, zu dem wir Handel, Industrie und Presse nach Berlin einladen, um die Messe und das dahinter stehende neue Konzept vorzustellen. Danach geht es an die Akquise“, erklärt Axel Fehse.

*Susanne Schaper*