

Zeitschrift: Mittex : die Fachzeitschrift für textile Garn- und Flächenherstellung im deutschsprachigen Europa
Herausgeber: Schweizerische Vereinigung von Textilfachleuten
Band: 109 (2002)
Heft: 3

Artikel: Leipziger Messe
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-678346>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 21.01.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Leipziger Messe



Body Look – Die Zukunft der Wäsche

Ab August 2002 bietet die Leipziger Messe GmbH Handel, Industrie und Vorstufe in Deutschland ein bundesweites Branchenforum für Wäsche, Dessous und Strümpfe an. Zweimal im Jahr zieht die Body Look in Zukunft die Branche nach Leipzig, um alle Möglichkeiten für Branchenaustausch, Information, Order und Kommunikation zu nutzen.

Innovationsforum – Fachmesse – Endverbraucher-Event

Das Body Look Konzept soll drei Säulen umfassen: Innovationsforum, Fachmesse und Endverbraucher-Event.

Zum Innovationsforum Body- und Legwear können die Teilnehmer aus Handel, Industrie und Vorstufe mittels Analyse und Diskussion Lösungen zu jeweils aktuellen Branchenthemen erarbeiten. Das Innovationsforum lädt die Branche einmal im Jahr, am Vortag der Body Look, ins Congress Center Leipzig ein. «Mit dem Innovationsforum wollen wir die Branche rund um Wäsche, Dessous und Strümpfe stärken, indem wir die einzige bundesweite Austausch-Plattform zur Verfügung stellen», kommentiert Kirstin Deutemooser, Projektleiterin der Body Look, die Zielsetzung. Im Mittelpunkt der jährlichen Innovationsforen stehen Marktanalysen, Branchenzahlen, Produktinnovationen, Trendvorträge, Kooperationskonzepte zwischen Industrie und Handel, Abverkaufsförderung im Handel sowie Zukunftsszenarien und Visionen für die Branchenentwicklung.



Bodywear on Stage

Fachmesse Body Look

Zweimal im Jahr findet die Fachmesse Body Look – Zukunft der Wäsche statt. Hier werden von internationalen Anbietern Produkte, Marketinglösungen und Flächensysteme dem deutschen, polnischen, slowakischen, tschechischen, baltischen und ukrainischen Fachhandel vorgestellt. Die Fachmesse dient der Order, Information und Kommunikation in den Bereichen Wäsche/Dessous, Strümpfe, Relax/Beach, Advanced Textiles, Marketingsysteme/Flächenlösungen sowie Service. Ergänzt wird die Fachmesse um ein branchenspezifisches, umfassendes Informations-Programm, bestehend aus Trend-Shows, Trendvorträgen, einem Trendforum Body- und Legwear sowie der traditionellen Verkäuferschulung. «Eine traditionelle Messe anzubieten, ist heute nicht mehr ausreichend. Information und brancheninterne Kommunikation werden immer mehr als entscheidender Wettbewerbsvorteil gewertet. Genau hier setzen wir mit dem Fachprogramm der Body Look an», erläutert Kirstin Deutemooser.

Die dritte Säule im Konzept der Body Look ist ein Endverbraucher-Event. «Ab 2003 würden wir gerne gemeinsam mit Handel und Industrie eine deutschlandweite Aktion starten, um Wäsche, Dessous und Strümpfe stärker ins Gespräch zu bringen», so Kirstin Deutemooser. «Das Thema verdient mehr Beachtung beim Kunden. Eine gebündelte Aktion aller Marktteilnehmer hätte eine grosse Wirkung bei Kunden und Medien.»

Die erste Body Look begrüsst ihre Gäste vom 10. bis 12. August 2002 in der Halle 2 auf dem Leipziger Messegelände. Parallel zur Body Look öffnet die Leipziger Modemesse Fashion Look ihre Tore in der Halle 4.

Redaktionsschluss Heft

4/2002:

10. Juni 2002

Weitere Messen

Messe Düsseldorf

CPD Düsseldorf
vom 4. bis 6.
August 2002



cpd woman-man – doppelte Mode-Power in Düsseldorf

Die CPD Düsseldorf startet im August 2002 mit neuem Konzept. Im Sommer wird zusätzlich zum umfassenden DOB Sortiment auch das komplette Bild der HAKA-Mode in Düsseldorf präsentiert. Damit trägt die 9GEDO COMPANY der im Gesamttextilmarkt immer deutlicher werdenden Entwicklung Rechnung, dass Modemarken mit ihren Produkten zunehmend männliche und weibliche Zielgruppen ansprechen.

Die Zielsetzung der cpd woman-man

Die cpd woman-man vereint im August 2002 erstmals auf dem Messegelände in Düsseldorf Marken der DOB- und HAKA-Welten gleichberechtigt zu einer innovativen Messe, deren Stärken sowohl im Gesamtauftritt, als auch in der individuellen Darstellung liegen. Für die internationale Premiere der neuen Kollektionen Frühjahr/Sommer 2003 stehen über 230'000 m² Fläche zur Verfügung. Düsseldorf bündelt damit die Aktivitäten auf der Messe und in den Düsseldorfer Showrooms und bildet so die internationale Schaltstelle für die neue DOB- und HAKA-Mode. Der Besucher kann somit seine Einkaufsplanung innerhalb der Fashion-Metropole am Rhein konzentriert an 3 Tagen realisieren.

Die Ziele der cpd woman-man sind:

- Mehr Effizienz für den Messeauftritt der Aussteller
- Ein umfassender Überblick über die Fashionmarken für DOB und HAKA an einem Messestandort
- Synergie-Effekte zwischen den Kollektionssegmenten Damen und Herren
- Infotainment und Trendschaufen für das internationale Fachpublikum.