

**Die gehobene Mitte des kommerziellen Denim- und Young Fashion Markts trifft sich auf der JAM in Köln. Neues Menswear-Konzept zieht erste Aussteller an.**

## **JAM Cologne geht mit solidem Ausstellerportfolio in die fünfte Auflage**

München/Köln im Juni 2009 – Nach vier erfolgreichen Veranstaltungen, zwei davon in Köln, geht die JAM nun bereits in die fünfte Runde. Derzeit haben rund 230 Brands ihre Teilnahme zugesagt. Unter den Teilnehmern befinden sich Brands wie Bench, Broadway, Ed Hardy, Christian Audigier, Cipo Baxx, Paddocks, Pioneer, Firetrap, H.I.S, Garcia, M.O.D. VSCT, Khujo, No Excess, Key Largo, Il Dolce, Gin Tonic, More & More, Jet Lag, Yellow Cap, NTS, Dada, Tigerhill und Mauritius. Dazu Sales and Marketing Manager Günther Sommer: „Mit vielen potentiellen Ausstellern sind wir noch in Verhandlungen, die finale Ausstellerzahl wird wohl erst relativ spät feststehen. Wir sind zuversichtlich, dass wir uns einer Zahl von 300 Ausstellern nähern können.“ Einige der angemeldeten Brands werden sowohl Berlin als imagerträchtiges Kick-Off Event, als auch Köln als Order- und Arbeitsplattform nutzen. Sommer weiter: „Gerade in der derzeitigen wirtschaftlichen Gesamtsituation bieten wir weiterhin eine pragmatische und klar kalkulierbare Ordermesse. Dieses Konzept wird vom Markt noch immer angenommen.“

Die neu geschaffene JAM.MEN kann bisher knapp 20 Neuzugänge verbuchen, doch auch hier sind noch nicht alle Gespräche zu Ende geführt. Sebastian Klinder, Gesellschafter der **munichfabricstart** und für das neue Menswear-Konzept verantwortlich, erläutert den aktuellen Stand. „Mit Brands wie Milestone, Lloyd, Briggs&Mansfield, JT.Ascot, GCM, Taranto, Me and My, Arrivee und G.Chabrole ist ein erster Schritt getan. Wir waren uns bewusst, dass einige der relevanten Player in diesem Marktsegment nicht gleich beim ersten Mal anbeissen werden. Wir wollen diesen Bereich aber langsam und wohlüberlegt aufbauen und werden uns hier mit Sicherheit steigern können.“

Auf internationaler Ebene schärft die JAM weiterhin ihr Profil. Zunächst als Plattform für den deutschen Handel angedacht, erfreut sich die JAM einer stetig wachsenden Nachfrage des Handels in Frankreich, Benelux und England. Nachdem auf der Januarveranstaltung schon knapp 1.000 Besucher aus Holland und Belgien begrüßt werden konnten, forciert das Sales- und Marketingteam um Günther Sommer ihre Anstrengungen in den Nachbarländern noch einmal: Mit mehrstufigen Direktmarketingaktivitäten,

**press contact:**

Krauts PR GmbH  
Thomas Briel/Michael Müller  
Sternstraße 21, 80538 München  
Fon +49/89/ 346 966,  
[thomas.briel@krauts.de](mailto:thomas.briel@krauts.de)

Günther Sommer  
JAM.DENIM  
Fon +49/89/ 452247-0

Sebastian Klinder  
JAM.MEN  
Fon +49/89/ 452247-0

Anzeigenschaltungen/Medienkooperationen und Shuttle-Bussen von den wichtigsten Städten Hollands und Belgiens sollen die Einkäufer und Shopbesitzer aus Benelux zu dem kurzen Trip nach Köln motiviert werden. Anfang Juni stellte das JAM Team auf einer Pressekonferenz in Antwerpen allen wichtigen holländischen und belgischen Fachhandelsmedien noch einmal das Konzept der JAM und vor allem auch den neuen Menswear-Bereich vor. Dies geschah erstmalig in Zusammenarbeit mit Verantwortlichen der Igedo, die gleichzeitig die neuen Konzepte für CPD und Bodylook erläuterte. Im Vorfeld der nächsten Messe im Januar plant die JAM ähnliche Veranstaltungen in UK und Frankreich.

Um der stetig wachsenden Nachfrage bzgl. Eco-Friendly Fashion und dem Lohas-Lifestyle Tribut zu zollen, wird es erstmals auf der JAM einen eigenen Bereich geben, in der junge und innovative Brands aus den Segmenten Bekleidung, Schuhe und Accessoires ihre umweltfreundlichen Produkte vorstellen können.

Auch im Bereich des Cross-Marketings kann die JAM einen namhaften Neuzugang vermelden. Der amerikanische Kosmetikkonzern Redken, der seit Jahren offizieller Hair und Make-up Partner der New York Fashion Week fungiert, wird im Juli vor allem die weiblichen Messebesucher mit einer gossen Stylinglounge überraschen. Für Januar ist dann eine große Modenschau in den Rheinparkhallen geplant.

Die schon jetzt legendären JAMsessions finden diesmal am ersten Messetag im Beachareal am Rheinufer vor dem Messegelände statt. Live-Musik und DJ Culture gepaart mit kostenlosem Catering für alle Aussteller und Besucher soll schon am ersten Abend für beste Stimmung sorgen.

Der Termin für die kommende JAM vom 24. bis 26. Juli 2009 passt marktgerecht zum Orderrhythmus und stärkt die Drehscheibe Köln/Düsseldorf durch die Überschneidung mit der CPD und den zu diesem Termin stark frequentierten Düsseldorfer Showrooms.

**press contact:**

Krauts PR GmbH  
Thomas Briel/Michael Müller  
Sternstraße 21, 80538 München  
Fon +49/89/ 346 966,  
[thomas.briel@krauts.de](mailto:thomas.briel@krauts.de)

Günther Sommer  
JAM.DENIM  
Fon +49/89/ 452247-0

Sebastian Klinder  
JAM.MEN  
Fon +49/89/ 452247-0