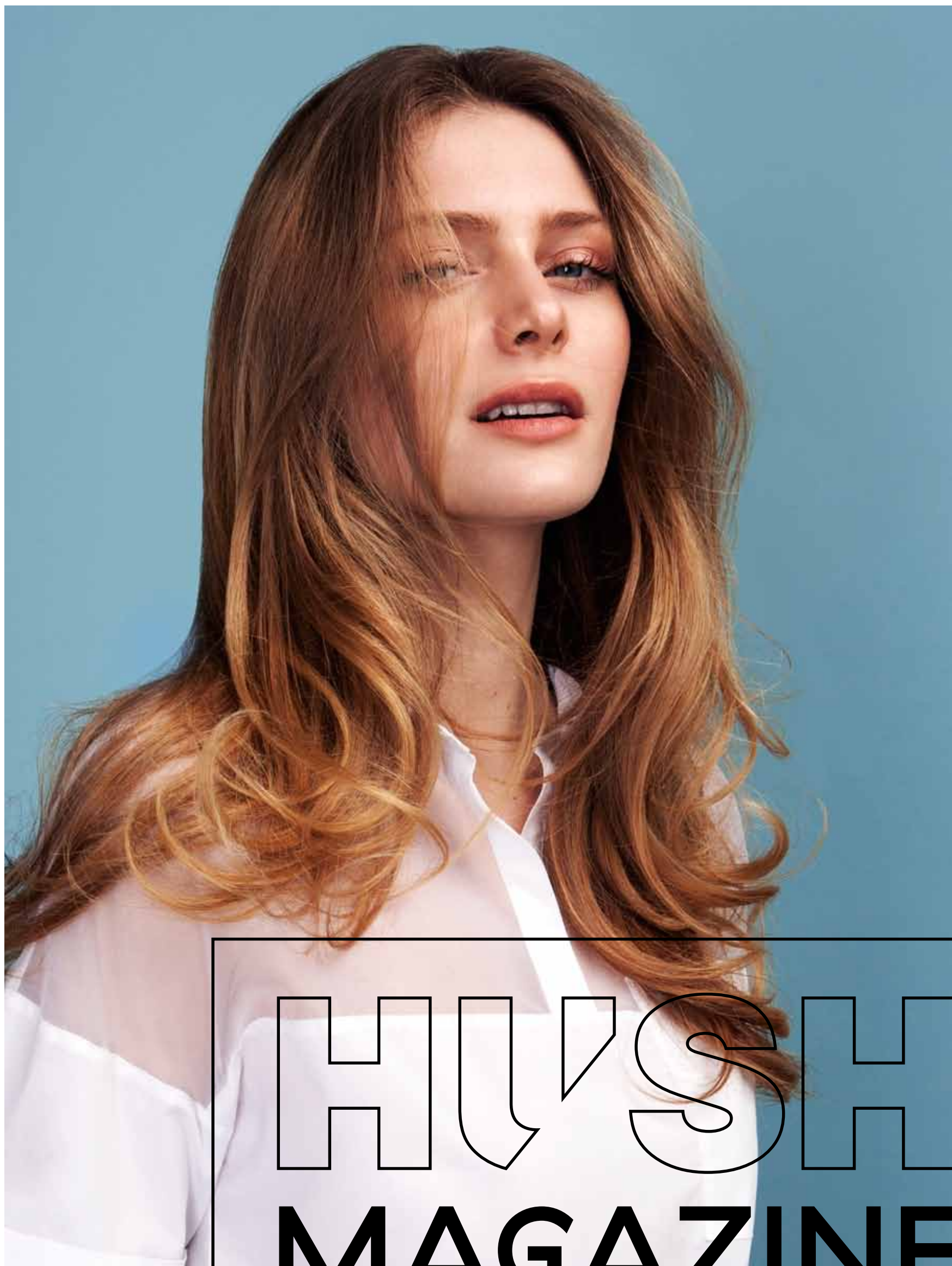


**№ 3** czerwiec 2014  
egzemplarz  
bezpłatny

**HUSH WARSAW FREEDOM EDITION**



**HUSH**

**MAGAZINE**



# KIERUNEK: DÜSSELDORF

Zamiast zastanawiać się, czy warto pokazać się za granicą, lepiej zapytać po prostu... gdzie. GDS, czyli targi Global Destination for Shoes & Accessories są nie tylko miejscem spotkań przedstawicieli branży z całego świata, ale przede wszystkim wyznacznikiem trendów i inspiracji na nadchodzące sezony. O tym, dlaczego warto je odwiedzić HUSH Warsaw opowiada Kirstin Deutelmoser\*, dyrektor targów.

## Czym targi GDS różnią się od innych tego typu wydarzeń w Europie?

Myślę, że przede wszystkim świeżą koncepcją. Rozszerzyliśmy naszą ofertę o dodatki i mamy nowy wcześniejszy termin, dzięki któremu GDS stanie się imprezą rozpoczynającą sezon. Trzy nowe światy tematyczne HIGHSTREET, POP UP i STUDIO dadzą kupcom możliwość orientacji co jest modne i to na samym starcie sezonu. Wystawcy powinni docelowo postrzegać GDS nie tylko jako kick-off dla swoich nowych kolekcji, ale też traktować targi jako platformę PR, na której mogą zareklamować swoją markę.

## W jaki sposób zmiany rynkowe na świecie wpływają na zmianę formuły targów?

W branży nie chodzi już o produkt sam w sobie, tylko o lepsze wyeksponowanie marki, opowiedzenie historii wokół niej i naładowanie jej emocjami. Ten trend dobrze widać m.in. w branży tekstylnej. Również w przypadku projektów prezentowanych na GDS chodzi o pokazanie tego, co najlepsze marka ma do zaoferowania. Musimy pamiętać o tym, że zmieniły się kanały dystrybucji. Sprzedaż obuwia on-line przeżywa boom. Przewiduje się, że w przyszłości ponad 1/3 sprzedaży w sektorze obuwia będzie odbywała się drogą online. Potrzebne jest nowe podejście do handlu detalicznego. W sklepie klient doświadcza emocji. Nasza nowa koncepcja oparta jest właśnie o ten trend. Oferujemy wystawcom scenę, na której będą mogli zaprezentować swoje produkty zgodnie z duchem marki.

## Czy jest na europejskim rynku nisza, którą polskie marki mogłyby wypełnić?

Z uwagi na obecne ceny i koszty produkcji w Europie i w Chinach, handel poszukuje alternatywy zarówno w sektorze marek, jak i private label. Moim zdaniem polskie marki mają potencjał do wykorzystania tych zmian na rynku i właśnie przez GDS czy też 'tag it! by gds' by zdobyć i utrzymać silną pozycję na europejskim rynku.

## Jak postrzegany jest rynek polski przez niemieckich kupców?

Patrząc na polską produkcję, należy podkreślić, że polskie marki są w stanie produkować rzeczy modne, świetne jakościowo i w dobrej cenie. To ma ogromne znaczenie dla niemieckiego handlu, który chce być konkurencyjny. Dzisiaj jest idealny moment, aby polskie marki zaistniały na rynku europejskim.

## Jakie atuty ma nasz rynek z niemieckiej perspektywy?

Największym atutem są młodzi, ambitni designerzy, którzy mają świeże i inspirujące podejście do projektowania. Potrafią połączyć tradycję z współczesnym podejściem do mody, dodają do tego trochę swojej indywidualnej wizji i z tego powstaje po prostu fajny produkt. Na końcu mamy produkt świetny jakościowo w bardzo korzystnej cenie. Myślę, że to w tych młodych ludzi powinno się inwestować.

\*Kirstin Deutelmoser zaczęła swoją przygodę z targami GDS w roku 2005, obejmując stanowisko dyrektora. Do Düsseldorfu przyjechała z Lipska, gdzie po raz pierwszy zetknęła się z branżą targową jako dyrektor targów Body Look. Studia i specjalizacja z zarządzania bez wątpienia doskonale przygotowały ją do kierowania projektem, jakim są targi GDS.





# CO ROBI HUSH?

HUSH Warsaw od dwóch lat skutecznie łączy modę i biznes. Dwa razy w roku organizuje najważniejsze w Polsce targi mody autorskiej. Definiuje trendy i obserwuje tendencje polskiego rynku mody. Wspiera projektantów w budowaniu strategii marki. Promuje polskie marki i projektantów, rekomendując ich do udziału w targach i pokazach mody za granicą. Wydaje specjalistyczne publikacje, w tym HUSH MAGAZINE - pierwszy w Polsce tytuł w całości poświęcony modzie autorskiej. Przyznaje znak jakości – HUSH SELECTED.

DOSKONAŁOŚĆ  
MODY i STYL  
2013

STYCZEŃ  
2014

Targi HUSH Warsaw zostały laureatem prestiżowej nagrody – Doskonałość Twojego Stylu w kategorii: Wydarzenie Roku Targi Mody.

STYCZEŃ  
2014

HUSH Warsaw promuje polskie marki na zagranicznych rynkach, rekomendując je do udziału w targach i pokazach mody. We współpracy z Instytutem Polskim w Berlinie HUSH Warsaw wspierał merytorycznie projekt Made in Poland – w ramach Fashion Week Berlin. Z rekomendacji HUSH Warsaw swoje kolekcje zaprezentowali m.in.: Confashion, Dream Nation, Joanna Hawrot, Herzlich Willkommen, Messo, Navada, Numer, Mariusz Przybylski, Puch oraz Wearso.

MARZEC  
2014

HUSH Warsaw wydał pierwszą w Polsce mapę mody, czyli jedyną na rynku mapę butików autorskich, pracowni projektantów i designerskich multibrandów. Znalazły się tu m.in. butiki uznanych marek polskiego rynku mody, takich jak Ania Kuczyńska, Gosia Baczyńska, Maciej Zień, Mariusz Przybylski, Michał Szulc, Paprocki & Brzozowski, Tomasz Ossoliński, Orska, BOHOBOCO, MMC i Zuo Corp. Warszawska Mapa Mody to także zbiór ulubionych popowych marek, które demokratyzują autorską modę na coraz większą skalę – wśród nich znajdziemy Femi Pleasure, LOUS, Mamapiki, Madox Design, Risk! Made in Warsaw, She/s a Riot, By Insomnia.

CZERWIEC  
2014

29

HUSH Warsaw rozpoczął współpracę z jednymi z największych niemieckich targów obuwia i dodatków GDS w Düsseldorfie. GDS Düsseldorf & Global Shoes to aktualnie jedna z najlepiej działających platform kontraktacji w tej części Europy, która chce poszerzyć swoją ofertę targową o polskich wystawców.

Informacje o kolejnych projektach wkrótce.



design: magdapilka.com

REKLAMA

**gds**

GLOBAL  
DESTINATION  
FOR  
SHOES &  
ACCESSORIES

**DÜSSELDORF**  
**30 JULY –**  
**1 AUGUST 2014**

WWW.GDS-ONLINE.COM



WHERE  
THE  
SEASON  
TAKES  
OFF

Przedstawicielstwo w Polsce:  
A.S. Messe Consulting Sp. z o.o.  
ul. Kazachska 1/57\_02-999 Warszawa  
Tel. +48 (22)855 24 90, 642 24 99  
Fax +48 (22)855 47 88\_biuuro@as-messe.pl  
www.as-messe.pl

**m**  
Messe  
Düsseldorf