

Bread & Butter: Zalando kauft sich eigene Mode-Messe

☒ Online-Shop, Marktplatz und jetzt auch Messe-Veranstalter. Zalando untermauert seinen Anspruch eine der führenden Mode-Plattformen zu sein mit dem Kauf der Insolventen Textil-Messe Bread & Butter. Somit verfügt Zalando über eine eigene Hausmesse direkt vor der Tür.

Mode-Fans können sich freuen. Die Textil-Messe Bread & Butter wird sich künftig für Verbraucher öffnen. Denn Zalando hat sich aus der Insolvenzmasse des ehemaligen Betreibers der Veranstaltung bedient und sich eine eigene Messe gekauft. Dies bestätigte die Betreibergesellschaft.

Erhalten bleibt der Standort Berlin, also direkt vor der Haustür des Modehändlers. Ebenfalls unverändert wird die Messe zwei Mal im Jahr stattfinden. Was die Übernahme für die Aussteller und die inhaltliche Ausrichtung der Veranstaltung bedeutet, dazu hört man bislang nichts.

Bread & Butter: Eine sinnvolle Ergänzung

Nun mag man fragen, was Zalando mit einer eigenen Messe anfangen wird. Geld verdienen sicherlich nicht. Zumindest in der Anlaufphase. Die Bread & Butter ist zunächst ein zusätzlicher Marketing-Kanal und die Übernahme eine nachvollziehbare Entscheidung.

Denn ein Online-Shop ist Zalando schon länger nicht mehr. Die Berliner sind – und sehen sich wahrscheinlich selber so – eine Mode-Plattform: Information, Inspiration und Shopping. Und das über viele Kanäle. Offline wie Online.

Nun haftet Messen in der Regel der Geruch des Miefigen an. Und in der Tat steht der Eventcharakter vieler (Verbraucher)-Messen eher im Hintergrund. Ausnahmen sind sicherlich die Gamescom oder mit Abstrichen die Cebit.

So wundert es nicht, dass nach Berichten der Textilwirtschaft das neue Messekonzept für die Bread & Butter mehr Eventbestandteile vorsehen soll:

“Für die Neuauflage 2016 sind offenbar auch Events wie Konzerte vorgesehen.”

Sollte es gelingen die Bread & Butter als gewichtiges Mode-Event im Herzen der deutschen Hauptstadt zu etablieren, so erweitert Zalando seine Homebase um ein attraktives Feature. Eine Entwicklung, die auch dem Selbstverständnis von Berlin entgegen käme: Modern, Trendy und Jung. Zalando eben.