

# TARTALOM

## HÍREK

A következő Heimtextil	4
15 éves az Anita Hungária Kft.	4
Újabb Nextime-bolt a GL Outletben	5
Heroikus hatást keltő kampány	5
Lenzing: elkerülhetetlen áremelés	5
Seidensticker-központok	5
Karácsony: az ajándékokon spórolnak	6
Ismét megnyitott a Luxus Budapesten	6
Next time nézzen be a Nexthez!	6
Német áfa-emelés – kettős csapás	6
2005-ben 7%-kal nőttek a luxuspiacok	6
A győri Árkád 85 százaléka megtelt	8
Indiában nyitott üzletet a Moschino	8
Ismét nő az osztrák divatkereskedelem	8
A Lafuma profitál az átvételekből	8
Drágák a kártyás fizetések!	8
Oroszországban a Loro Piana	9
Kajakosok Skinyben	9
On-line üzletbe kezdett a Helly Hansen	9
Csökkenő brit forgalom	9
Új termékvonala a Timberlandnél	9
Létszámcsökkentés a La Perlánál	10
Az ICI átveszi az Enkát	10
Louis Vuitton: megnyílt a párizsi főüzlet	10
A kínai cipők 4 eurónál olcsóbbak	10
Teendők pangó fogyasztás idején	10

## LAKÁSTEXTIL-HÍREK

Átfogó padlóburkoló-kínálat a Domotexen	12
A világ legnagyobb bemutatóterme	12
Ikea: új európai elosztóközpont	13
A Bettenlager nem tétlenkedik	13
Heimtextil-trendek – 2006	14–15
Frottír „finomságok” – Vossen	16

## DIVAT

### AKTUÁLIS IRÁNYZATOK – 2005. ŐSZ–TÉL TRENDEK – 2006. TAVASZ–NYÁR

Féherneműtrendek	17–19
Füüdörúhatrendek	20–22

## 4–16

Hazai féhernemű-kollekciók	24–26
Hazai füüdörúha-kollekciók	26–28
<b>Anita, Cybele, Felina, Ringella, Rösch, Triumph, Wolff</b>	
Márkaüzleteké a jövő – Triumph	29
Cipő- és kiegészítőtrendek	30–32
Táskatrendek	33

### AKTUÁLIS IRÁNYZATOK – 2005. TÉL

A szezon slágerei	34–35
-------------------	-------

## ÜZLETI ÉLET

## 36–53

Teltház aTrend2-ben	36
Így látják a Trend2 „lakói”	38–39
Magyar márkák – Rebecca	40–41
Mitől érzi jól magát a vevő?	42–44
Típek a sikeres eladáshoz	45
A farmer nagykövete	46
GfK-kutatás: Mi motiválja az embereket?	47
A GAP és a 35 feletti nők	48
Miért fontos a jó szabásvonal?	49

### SAKVASÁROK

### 50–53

A CPD erősíti az alkalmi ruha-kínálatot	50
A legnagyobb textilgépgyártó szövetség	50
Új düsseldorfi „csomag”: GLS+GDS	50
Helsinki Fashion Fair: új koncepció	50
Progresszív márkák a CPD-n	50
Ispo: tilos a dohányzás	52
Bubka az ispo winter 06 kitüntetésre	52
Több európai kiállító a Mapic-on	52
Pitti Uomo: Több mint 750 márká	52
Hamarabb lesz a MilanoVendeModa	52
15. születésnapját ünnepelte a Hó-Show	52
Dátumváltás!	53
Júliustól új helyszínen a Body Look	53
Berlin: koordinált divatesemények	53
Who's Next: újabb vásár	53
WSA Show februárban Las Vegas-ban	53

### APRÓHÍRDETÉSEK

### 54



### Füüdörúhatrendek – 2006. tavasz–nyár

20 – 22. oldal Már csak fél év...

Etno – e vonal fő jellegzetességét a különböző ragadozók bundájára és a buja délszaki növényzetre emlékeztető nyomatok adják. A füüdör- és strandruhák gyakran alkalmaznak korall- és virágmintát, amely tökéletesen harmonizál a gyöngy- és kagylóékszerekkel.

### Kellemes üzletbelsők

42 – 44. oldal Mitől érzi jól magát a vevő?

A vásárlók kényelmét és vásárlási kedvét jelentősen megnöveli, ha az üzletben kényelmesek



a próbafülkék, a megvilágítás hatásos, és szükség esetén elegendő ülőhely áll rendelkezésre. Minél kellemesebbek a körülmények, a vevő aannál több időt tölt el vásárlással.

**JÓL DÖNT,**  
ha a DivatMarketingben  
teszi közzé hirdetését  
a következő  
rendelési szezonra.  
**Döntsön időben!**

2006 1–2. szám témái:

**AKTUÁLIS KÍNÁLAT**  
– 2006. tavasz

**ELŐRENDELÉSEK**  
– 2006/07. ősz–tél

- Női felsőruházat
- Férfi-felsőruházat
  - Kötöttáru
  - Nagy méretek
  - Ing, blúz
- Jeans, streetwear
- Sportruházat
- Harisnya, zokni
- Féhernemű, hálórúha

Lapzárta: 2006. január 15.

Nyomdakész hirdetésanyag

leadási határideje: 2006. január 26.

Megjelenés: 2006. február 15.

**DivatMarketing**

KIADÓ:

DivatMédia Szakkiadó és Tanácsadó Kft.

SZERKESZTŐSÉG:

DivatMédia Kft., 1506 Budapest, Pf. 116.

Tel./fax: 246-0786

E-MAIL: [divatmarketing@axelero.hu](mailto:divatmarketing@axelero.hu)

2006. január 1-jétől igénybe veheti  
honlapunkat is:

[www.divatmarketing.com](http://www.divatmarketing.com)