



INFORME
DE FERIA

2024



SEEK II

Berlín

2-3 de julio de 2024

iCEX

Oficina Económica y Comercial
de España en Düsseldorf

Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

icex



INFORME
DE FERIA

10 de septiembre de 2024
Düsseldorf

Este estudio ha sido realizado por
Asier Castro Foces

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial
de España en Düsseldorf

<http://alemania.oficinascomerciales.es>

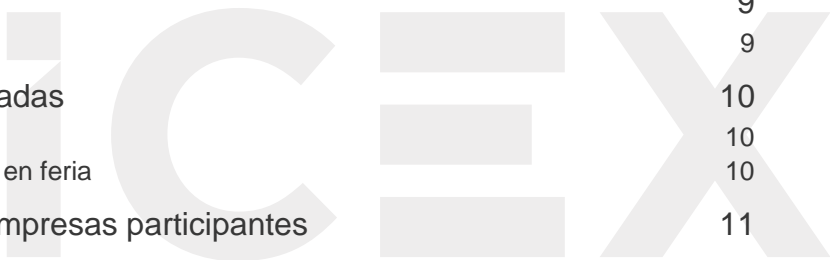
© ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.

NIPO: 224240140



Índice

1. Perfil de la Feria	4
1.1. Ficha técnica	4
2. Descripción y evolución de la Feria	5
2.1. Ubicación	5
2.2. Servicios ofrecidos	8
2.3. Datos estadísticos de participación	8
3. Actividades de promoción	9
3.1. Actividades de asociaciones	9
4. Tendencias y novedades presentadas	10
4.1. Tendencias globales	10
4.2. Tendencias y productos destacados en feria	10
5. Valoración / Testimonios de las empresas participantes	11
6. Anexos	12
6.1. Recomendaciones	12
6.2. Direcciones de interés	14





1. Perfil de la Feria

1.1. Ficha técnica

Nombre: Seek

Fecha: 2 - 3 de julio de 2024

Próxima edición: Enero o febrero de 2025

Frecuencia: BIANUAL

Lugar de celebración: Station Berlin
Luckenwalder Str. 4-6
10963 Berlin

Horarios: De 10:00 a 19:00 el día 2 de julio
De 10:00 a 18:00 el día 3 de julio

Página Web: <https://www.seek.fashion/de>

Entrada: Para visitantes profesionales: gratuito
Para visitantes no profesionales: 200 €

Sectores representados (código TARIC): Prendas textiles de vestir: 30207
Calzado: 30204
Marroquinería: 30203
Perfumería y cosmética: 30209
Bisutería: 30211

Número de expositores de la edición: 126

Procedencia de los visitantes de la edición: 65 % países DACH
6 % BENELUX
6 % Italia
4 % Escandinavia
3 % Francia

Organizador: PREMIUM Exhibitions GmbH
Tempelhofer Ufer 36
10963 Berlin
info@premiumexhibitions.com



2. Descripción y evolución de la Feria

SEEK es una feria bianual de moda contemporánea celebrada desde 2009 y organizada por PREMIUM GROUP, que está enfocada en la cultura urbana y el *Streetwear*. En el certamen se presenta una selección de las marcas líderes actuales de ropa urbana y deportiva y la feria se considera una de las plataformas más relevantes que une a una generación más joven tanto de marcas como de compradores. Cada una de las marcas se escoge cuidadosamente y representa el panorama internacional de la moda actual. A diferencia de años anteriores en los cuales se presentaban la feria SEEK y Premium conjuntamente, en esta edición solo ha tenido lugar la feria SEEK.

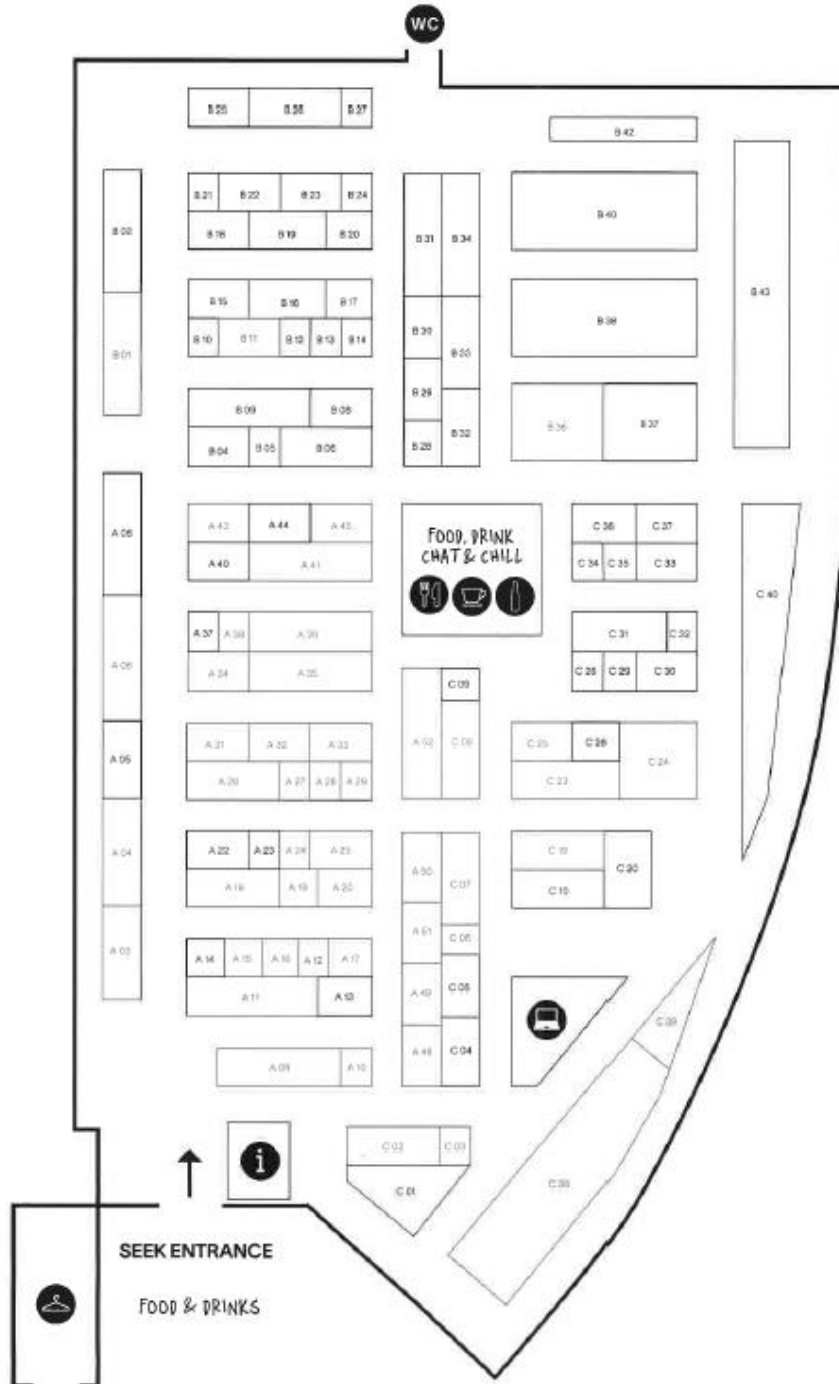
Al igual que en ediciones anteriores, la edición de julio de 2024 ha dedicado espacio al Conscious Club, un proyecto reservado a marcas orientadas a la sostenibilidad. En esta edición, un total de 52 marcas (41 % del total de las marcas) han formado parte de esta iniciativa, todas ellas señaladas con una etiqueta verde en los catálogos y la página web de la feria y en el stand.

2.1. Ubicación

Tras los sucesivos cambios de ubicación de los últimos años, los organizadores han decidido continuar con la ubicación elegida en la edición de julio de 2023: Station Berlin. El total de las marcas se han repartido en 2 pabellones, lo que supone un descenso notorio comparado con los datos del año anterior. En la edición de julio de 2023, los asistentes pudieron disfrutar de hasta 5 pabellones.

Respecto a la distribución, la mayoría de las marcas se encontraban en el pabellón principal, mientras que un pequeño porcentaje se ubicó en el pabellón *The Junction*, proyecto organizado conjuntamente por SEEK y UNION Showroom para presentar marcas de calidad destacable. A continuación, se muestran los planos de ambos pabellones con sus respectivas marcas.

PLANO FERIA SEEK



Fuente: feria SEEK.

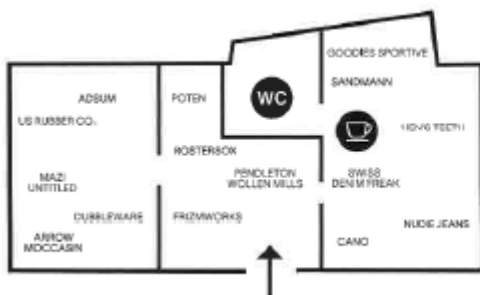
LISTADO DE MARCAS

1331	C-01	IVALO.COM	C-04	ROTHOLZ	C-19
ABOUT COMPANIONS	C-20	JUTELAUNE	A-35	SANDQVIST	B-36
ADSUM	TJ	KAALA	A-17	SANJE	C-32
ALBUM PARIS	C-16	KANGAROOS	B-40	SANDMANN	TJ
ANDERSON'S	B-40	KANGOL	B-19	SANTA CRUZ SKATEBOARDS	B-07
ARBOR SKATEBOARDS	B-07	KARDO	B-38	SERVICE WORKS	B-38
ARROW MOCCASIN	TJ	KESTIN	B-32	SOLID	B-43
ATELIER JEAN	B-05	KINGS OF INDIGO	C-38	STAFF	C-38
AVEO™	B-10	KLOTZBACH	A-12	STORY WEAR	C-07
BAILEY	B-16	KUNA	A-48	STUDIO LIA ETOILE	B-22
BASIC APPAREL	A-06	LAURASTAR	B-26	STUDIO.HIER	C-06
BASK IN THE SUN	A-11	LEFOULARD	A-29	SUITE13 LAB	A-35
BC	B-17	LENDGOLF	C-37	SUMY KUJON	A-50
BETON CIRE	A-11	LYLE AND SCOTT	B-40	SUN68	B-01
BLOTTER ATELIER	C-28	MADRE MEZCAL	B-25	SWISS DENIM FREAK	TJ
BOUCHE KOMBUCHA	C-10	MAQU	A-51	TAION	B-38
BREAD&BOXERS	A-05	MARADJI	A-33	TELACRUDA	C-36
CANO	TJ	MAZINE	C-02	TENNÉ	A-34
CARE BY ME	A-32	MAZI UNTITLED	TJ	THAT GORILLA BRAND	A-08
CHPO	C-25	MELA	C-39	THE DYÁS	A-27
CHRISTIANE STROBEL	A-49	MERZ B. SCHWANEN	A-41	THE JOGG CONCEPT	B-43
CHROME INDUSTRIES	B-11	MESSYWEEKEND	B-40	THE STTUDIO	A-04
CITEVE	C-40	MOEA	A-45	TIRALAHILACHA	A-03
CORDON SPORT ATHLETICS	B-08	MOONLIGHT MANSION	B-31	TWOTHIRDS	A-18
DAWN OF SHAPES	A-24	MOTHER SOCKER	B-14	UNFAIR ATHLETICS	B-42
DUBBLEWARE	TJ	NEW JOB BRAND	B-15	UP-FUSE	C-03
DJINNS	B-13	NEW.VE	A-25	US RUBBER CO.	TJ
EDELATEM	C-35	NOMADICS	A-22	UY STUDIO	C-31
EDWIN	B-37	NOVESTA	A-40	VEJA	C-24
FANATURA	A-19	NUDIE JEANS	TJ	VICINITY	B-31
FARAH	B-34	O MY BAG	A-26	VLACE	A-28
FOLGOSA	A-23	OFTT	C-01	VOODOO PAPERBAG	A-16
FRIZMWORKS	TJ	OPEN ERA	A-44	WANF - WE ARE NOT FRIENDS	C-16
GENESIS FOOTWEAR	C-08	PENDLETON WOOLEN MILLS	TJ	WAX LONDON	B-38
GET THE BALANCE	A-15	POP 84	B-23	WAYZ	A-38
GIMMIJEANS	A-10	POST STUDIOS	B-28	WELTER SHELTER	B-38
GIVN BERLIN	A-39	POTEN	TJ	WOLVIS	A-31
GOUACHE	C-29	PROJECT X PARIS	B-02	WOOD WOOD	B-43
GOODIES SPORTIVE	TJ	PUNTO PIGRO	B-18	WOODBIRD	B-33
GUNTHER	C-30	RAEN OPTICS	C-34	YKRA	A-43
HOMECORE	C-23	REGARDS	B-38	YVZ DENIM	B-04
HEN'S TEETH	TJ	RIFÒ	A-09	ZOKK'N	A-14
JAN'N JUNE	A-52	RISING7	B-29	CONSCIOUS	
J'N'C , TEXTILMITTEILUNGEN	B-27	ROSTERSOX	TJ	THE JUNCTION	
GREEN KNOWLEDGE					



Fuente: feria SEEK.

PLANO PABELLÓN Y LISTADO DE MARCAS THE JUNCTION



ADSUM
ARROW MOCCASIN
CANO
DUBBLEWARE
FRIZMWORKS
GOODIES SPORTIVE
HEN'S TEETH
MAZI UNTITLED

NUDIE JEANS
PENDLETON WOOLEN MILLS
POTEN
ROSTERSOX
SANDMANN
SWISS DENIM FREAK
US RUBBER CO.

Fuente: feria SEEK.



2.2. Servicios ofrecidos

La página web de Seek contiene un apartado de servicios de estancia y de viaje, donde se recomienda una serie de hoteles asociados y la posibilidad de planear el viaje a Berlín a visitantes y expositores a través de la principal empresa ferroviaria alemana Deutsche Bahn.

Por último, el recinto ferial incluye una selección de restaurantes y cafeterías donde los expositores y los visitantes pueden reunirse, descansar y almorzar. En la entrada los visitantes disponían de guardarropa por un precio de 4 euros y un stand informativo con los planos de la feria y revistas especializadas del sector.

2.3. Datos estadísticos de participación

Según los datos otorgados por la feria, un total de 126 marcas han estado presentes en el certamen, de las cuales 52 se han unido al Conscious Club, plataforma referente de moda sostenible.

Respecto a los visitantes, ni la feria ni la Asociación Alemana del Sector de Ferias y Exposiciones publican datos oficiales, salvo la procedencia de estos. La mayoría de los asistentes han sido europeos: el 65 % de los asistentes procedían de la región DACH (Alemania, Austria y Suiza), un 6 % de BENELUX (Bélgica, Países Bajos y Luxemburgo), 6 % Italia, 4 % Escandinavia, 3 % Francia y un 16 % de países restantes.

Por último, destacar que 6 empresas españolas estuvieron presentes en el evento. Esta cifra supone un descenso del 60 % en comparación con la edición de julio de 2023 (15 empresas). En la siguiente tabla se puede observar el detalle de las 6 empresas participantes españolas:

LISTADO DE EMPRESAS ESPAÑOLAS PARTICIPANTES

EMPRESA	MARCA	STAND
MANUFACTURAS VALL BENAIGES SA	Tiralahilacha	A-03
TINTOREMUS SL.	THE STTUDIO	A-04
TWOTHIRDS SL.	TWOTHIRDS	A-18
JUTELAUNE SOCIEDAD LIMITADA.	Jutelaune	A-35
SUITE 13 LAB SL.	Suite13 Lab	A-35
STUDIO LIA ETOILE SL.	Studio Lia Etoile	B-22

Fuente: SEEK.

3. Actividades de promoción

3.1. Actividades de asociaciones

La Federación Española de Empresas de la Confección (FEDECON) organizó la participación agrupada de expositores españoles con el apoyo de ICEX dentro de su estrategia promocional para aumentar la visibilidad de las marcas españolas en la feria y aportar dinamismo y coherencia con las tendencias en el sector de la moda.

Del total de las 6 empresas españolas que participaron en esta edición de Seek, cuatro formaban parte de esta participación agrupada:

LISTADO DE EMPRESAS ESPAÑOLAS PARTICIPANTES FEDECON

EMPRESA	MARCA	STAND
TINTOREMUS SL.	THE STTUDIO	A-04
JUTELAUNE SOCIEDAD LIMITADA.	Jutelaune	A-35
SUITE 13 LAB SL.	Suite13 Lab	A-35
STUDIO LIA ETOILE SL.	Studio Lia Etoile	B-22

Fuente: FEDECON.

4. Tendencias y novedades presentadas

4.1. Tendencias globales

Al igual que en las ediciones anteriores, la sostenibilidad ha sido el tema principal del certamen, corroborado por el hecho de que el 41 % de las marcas participantes pertenecieran al Conscious Club. Otra de las colaboraciones de la feria ha sido el proyecto 360.º junto a *Studio MM04* e *IVALO.COM*, dedicado a asesorar a marcas del sector en materia de sostenibilidad.

Por otro lado, numerosos expertos presentaron charlas centradas en el estado actual del sector, innovaciones y novedades. La marca española TWOTHIRDS participó en una de las charlas organizadas por SEEK, donde se reunieron profesionales relevantes del sector para discutir sobre cómo vender sostenibilidad sin comprometer la integridad de la marca.

4.2. Tendencias y productos destacados en feria

En el certamen se pudo observar una gran variedad de productos del estilo Streetwear coloridos, informales y atrevidos por parte de las marcas. Cabe destacar la presencia del *denim*.

Como se ha mencionado con anterioridad, la feria ha destacado el pabellón The Junction, donde una selección exclusiva de marcas presentó sus productos.



5. Valoración / Testimonios de las empresas participantes

La feria SEEK continua como uno de los puntos de encuentro entre marcas sostenibles de calidad destacable y compradores vanguardistas a nivel europeo e internacional. Los expositores entrevistados coinciden en la importancia del certamen y en la asistencia de clientes potenciales con un grado elevado de profesionalidad y seriedad. Sin embargo, es necesario destacar la reducción de los pabellones y de las marcas expuestas en comparación con ediciones anteriores. De hecho, los expositores se sorprendieron por la cancelación de la feria Premium, certamen que se realizaba justo a SEEK hasta la presente edición. Además, el proyecto The Junction ha causado confusión entre expositores y asistentes, que no han comprendido la finalidad de separar las marcas en ese otro pabellón. Parte de esta confusión se explica por la insuficiente promoción por parte de la organización ferial.

A pesar del descenso de marcas y espacio, las empresas españolas mostraron su satisfacción con la organización y el desarrollo del evento, así como con los clientes potenciales conocidos. En conclusión y según los expositores españoles, la feria es una cita muy interesante para conseguir contactos internacionales nuevos en este sector nicho que representa la moda sostenible.



6. Anexos

6.1. Recomendaciones

A continuación, se exponen las recomendaciones básicas para la participación en cualquier feria alemana:

a) Antes de la exposición en la feria:

Realice un **mailing** previo de contactos para solicitar entrevista con ocasión de la feria, invitando a los destinatarios a visitarles en su *stand* (indique dónde se les puede encontrar, tal como aparece en el catálogo de la feria, para que la empresa alemana les pueda localizar). El *mailing* debería realizarse con dos meses de antelación, puesto que este plazo permite que las empresas alemanas tengan tiempo de planificar la visita y estudiar su oferta. Los visitantes generalmente tienen poco tiempo en la feria y van con las agendas cerradas, por lo que para conseguir captarles se ha de actuar con planificación. Puede solicitar un listado de potenciales clientes que se ajusten a su perfil a la Oficina Comercial, para ello describa sus productos y aporte información sobre su nivel de precios, volúmenes de fabricación y ventas, experiencia en exportación etc.

Haga un **seguimiento** del *mailing*, contactando primero a las empresas que han mostrado interés por sus productos, y después al resto de las que han sido invitadas. A las que hayan contestado, puede ser interesante remitirles más información sobre su empresa, productos o precios según consideren oportuno, o según las peticiones de información que les haya hecho la empresa. Esta labor debe realizarse el mes antes de la feria, puesto que las empresas alemanas cierran sus agendas de contactos con bastante antelación.

Solicite a la Oficina Comercial **información general sobre el mercado**: familiarícese con la situación económica general y las particularidades nacionales (horario de apertura de los comercios, grado de descentralización política, sistemas de pago habituales).

Solicite **información sobre el sector** de interés: hágase una idea general previa del sector en el país (las cantidades del producto que importa el país, y en concreto de España, el funcionamiento de la distribución, el consumo, la competencia). Esta información le ayudará a la hora de negociar condiciones con los potenciales clientes.

Asegúrese de que su **material de presentación** está mínimamente adaptado para la promoción internacional: tarjetas de visita, catálogos, listado de precios como mínimo en inglés. Si es posible, también es muy recomendable tenerlo en alemán.



Adquiera el **catálogo de la feria** contactando con la organización ferial correspondiente y utilícelo para seleccionar las empresas que puedan ser de su interés: empresas alemanas como potenciales clientes, empresas de otros países que sean competidores reales, empresas españolas ya en el mercado.

Planifique su tiempo en la feria adecuadamente para poder visitar todas las empresas seleccionadas.

Organice con suficiente antelación su **estancia** en el país, así como todos los aspectos logísticos: billete y reserva de avión (o transporte alternativo), reserva en el hotel, asegúrese un acompañante que hable alemán (personal de la empresa, o solicite un listado de azafatas-intérpretes en la Oficina Comercial y contácteles con previa antelación), transporte del producto y material que piensa exponer en la feria.

b) Durante la feria:

Consejos generales para las **entrevistas**: Sea puntual, no se exceda en el tiempo, no prometa lo que no puede cumplir, anote las condiciones que le proponen, aunque no le interesen, no olvide las preguntas que le hacen, fíjese en los datos que se insinúan sobre la competencia.

Observación del **material promocional**: El primer paso para intentar introducirse en el mercado, es adaptar su material promocional a las costumbres comerciales del país. Si todavía no dispone de catálogos, listas de precios y tarjetas de visita en alemán, tome ejemplos de los que se presentan en la feria. No suele ser suficiente la simple traducción, otros aspectos también son de vital importancia (tamaños de catálogos y tarjetas de visita, precios FOB/CIF, especificaciones normativas y de certificación, texto descriptivo acompañando las fotografías).

Observación del **producto y los precios de la competencia**: Observe sobre todo las adaptaciones específicas al mercado, la forma de presentación, el diseño, los productos complementarios, los tamaños, los envases y el etiquetado, etc. Antes de entrar definitivamente en un mercado deben analizarse las posibilidades reales según si el producto es realmente competitivo.

Si tiene la posibilidad, al **visitar los expositores españoles**, intente contrastar su experiencia en el mercado y en la feria. Puesto que las costumbres comerciales de las empresas españolas serán las más parecidas a las suyas, sus comentarios pueden orientarle sobre sus posibilidades y las dificultades reales que va a encontrar en el mercado.

Recoja la **información** gratuita del servicio de prensa de la organización ferial (si no está disponible, deje su tarjeta de visita para que se lo envíen a la empresa). Esta información suele referirse a la coyuntura del sector en el país, a las novedades presentadas en la feria y a la participación (nacional e internacional) en la misma.

Diríjase a los **stands de las publicaciones profesionales** y coja los ejemplares gratuitos: En ellos puede obtener una idea aproximada del sector en el mercado (los líderes del sector, la oferta, las formas típicas de promoción y publicidad).

También puede completar su información sobre las publicaciones especializadas para poder decidir en el futuro si realizar una inserción en alguna de ellas.

Diríjase igualmente a los **stands de las asociaciones sectoriales**. Éstas suelen editar también, con motivo de la feria, *dossier* de información sectorial de tipo coyuntural, así como de la estructura de la industria. Puede que distribuyan folletos de presentación en los que pueden ser de interés los servicios que ofrecen a sus asociados (servicio de contactos, requisitos legislativos, normativa de contratación de agentes comerciales) así como un listado actualizado de los asociados.

Aproveche el viaje para visitar personalmente los diferentes **canales de distribución**: Observe las características del producto español y de otros países y sus precios y contraste sus observaciones con los datos que ya estaban a su disposición y con los de su propia empresa.

c) Después de la feria:

Cuide los **contactos** que ha realizado: Envíe los datos que le han pedido en las entrevistas y aproveche para mandar información promocional sobre su empresa.

Organice y **analice la información** conseguida para que pueda servir en las actuaciones siguientes: Anotaciones de las entrevistas, publicaciones sectoriales, *dossier* de prensa, folletos de las asociaciones, catálogos, listas de precios de la competencia.

Solicite **información complementaria** a la Oficina Comercial, que le ayude a profundizar en su primer contacto y a analizar sus posibilidades en el país.

Desarrolle su **estrategia en el mercado**: Introduciendo la visita a la siguiente convocatoria, si esto se considera de interés y, pasadas algunas semanas, solicite el informe de feria. Proceda a las adaptaciones correspondientes en temas de producto y precios, y también en cuanto al material promocional.

6.2. Direcciones de interés

- [Página web de la feria](#)
- [Empresas asistentes](#)
- [Partners](#)
- [Revista especializada: TW](#)
- [Revista especializada: J'N'C](#)



FOTOS DEL EVENTO



Fuente: Elaboración propia.

icex

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h)

informacion@icex.es

Para buscar más información sobre mercados exteriores [siga el enlace](#)

www.icex.es



icex España
Exportación
e Inversiones