



stilrausch
HOUSE OF LIFESTYLE

INFO
BOOK
2012

Inhalt | contents

	Seite page
1. The Idea:	04
2. The Products	06
3. The Location	08
4. The Area	10
5. Facts & Figures	12
6. Target	14

**INFO
BOOK
2012**

1. The Idea:

Stilrausch – House of Lifestyle wird als eine neue Verkaufsmesse zur Vorweihnachtszeit erstmals am **17. & 18. November 2012** in **Berlin** veranstaltet.

Der Name ist Programm:

Neu und mitten in **Berlin** möchte **Stilrausch** das Publikum mit den schönen und erschwinglichen Dingen des Lebens begeistern, Seltenes aber auch Erlesenes, Einzigartiges und auch Neues zeigen - und den Besucher somit in einen Stilrausch zur Vorweihnachtszeit versetzen.

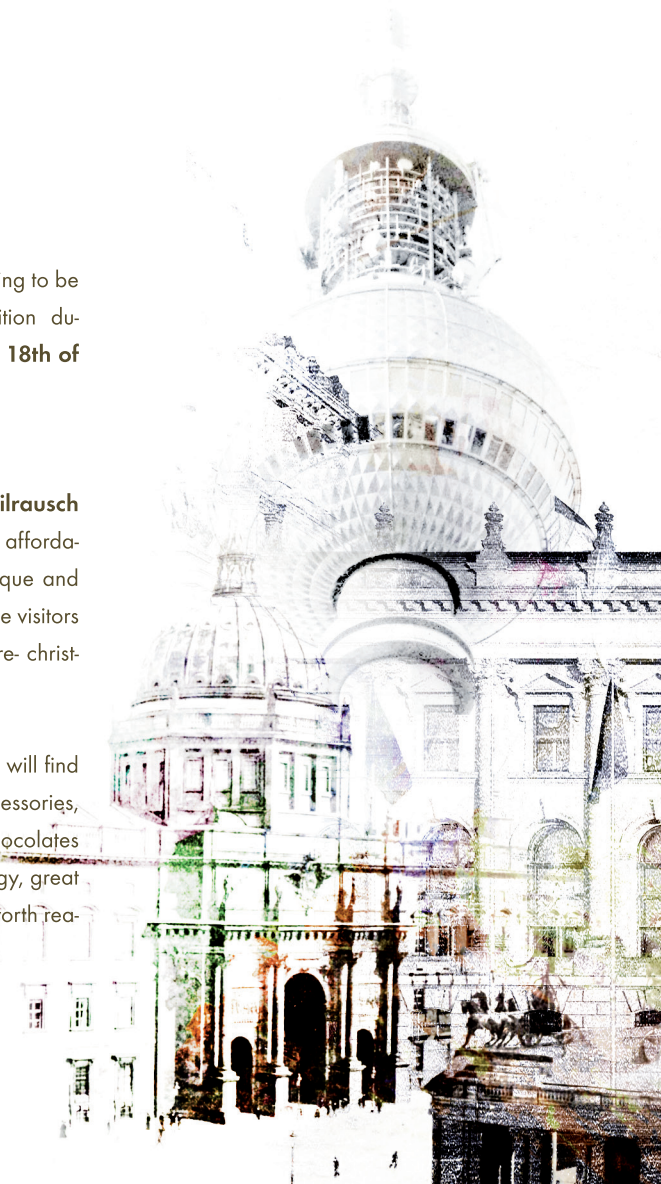
Berlin kauft ein: Bei uns findet der Besucher nicht nur angesagte Modelhäuser und Accessoires, sondern auch innovative Künstler, hochwertige Pralinen und andere Delikatessen, die neueste Technologie, tolle Autos, außergewöhnliche Dekorationsartikel oder lesenswerte Bücher erfolgreicher Verlagshäuser.

Stilrausch- House of Lifestyle is going to be organized as a new sales exhibition during christmas time on **17th and 18th of November 2012** in **Berlin**.

The name is the program:

New and in the middle of **Berlin**. **Stilrausch** wants to excite the visitors with beautiful, affordable things of life, rare but exquisite, unique and something new to show – and thus put the visitors and the audience in a „style rush“ at pre-christmas time.

Berlin goes shopping: With us, visitors will find not only trendy fashion houses and accessories, but also innovative artists, premium chocolates and other delicacies, the latest technology, great cars, unusual decorative items or books, worth reading, of successful publishing houses.





2. The Products

Die Vielfalt der Produkte aus den Lifestyle - Bereichen wie Mode, Kunst, Haus, Garten, Dekoration, Auto, Spielzeug, Reisen, Gesundheit, Wellness, sowie kulinarischen Genüssen, werden zur Vorweihnachtszeit in der Station vereint und initiiert- sowohl im unteren, mittleren als auch im hohen Preissegment.

Keinesfalls ein Basar, sondern ein Lifestyle Kaufhaus mit der Anziehungskraft des Seltenen und des Unerwarteten - das auf die Kaufverlockung Interessierter Besucher trifft.

Auf der Zwei - Tages - Verkaufsmesse Stilrausch wirkt der Mix aus Erlesenem und Einfachem, immer mit der besonderen Ausstrahlung und dem besonderem Niveau außergewöhnlicher Erzeugnisse, Marken und Stile.

The variety of products from lifestyle- areas such as fashion, art, home, garden, decor, cars, toys, travel, health, wellness and culinary delights to be united and initiated both in the lower, middle and in high price segment in the Christmas season at Station Berlin.

Means no bazaar of course, but a lifestyle store with the attraction of the rare and the unexpected- that meets the purchase enticement of interested visitors.

On the two-days- selling exhibition the mix of refined and simple always affects with the special atmosphere and the exceptional level of particular products, brands and styles.



3. The Location

Der ehemalige Berliner Postbahnhof, heute eine der begehrtesten Off Locations in Berlin, die **STATION**, ist perfekt geeignet für eine Verkaufsmesse wie Stilrausch. Das Niveau der ausgestellten Produkte lässt sich hier auf eine perfekte Verbindung zur Location ein: ein besonderer Ort mit einer großen Geschichte, einzigartig und auf höchstem Niveau kann hier der Stilrausch seine Besucher in seinen Bann ziehen.

Am vorletzten Wochenende im November 2012 wird auf über **4.000 qm** ein neuer Weg gefunden, einzigartiges auf kleinem wie großem Preisniveau zu inszenieren.

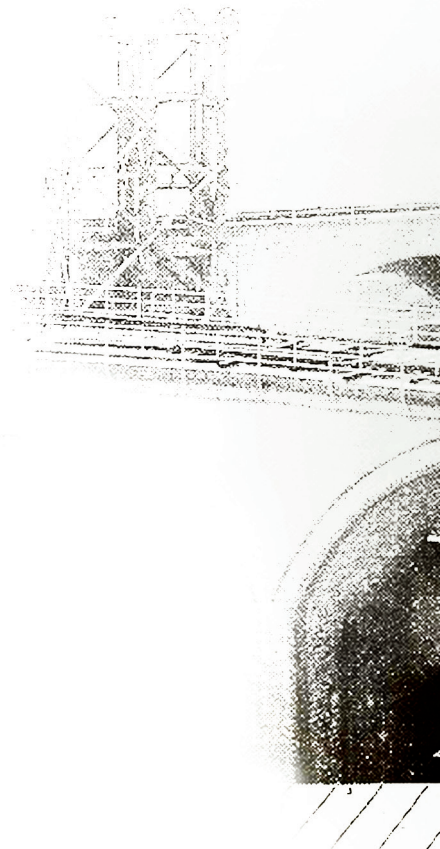
Verkaufsflächen von **5 bis 100 qm** oder mehr stehen den Ausstellern zur Verfügung. Durch das professionelle Umfeld der etablierten Eventlocation können sämtliche Stromanschlüsse je nach Anforderungsprofil der Aussteller gewährleistet werden.

Die Halle der Station wird durch ein von **Stilrausch** entwickeltes Konzept dekoriert und entsprechend inszeniert.

In direkter Umgebung (60 m) stehen in einem Parkhaus **2.500 Stellplätze** zur Verfügung. Die Station Berlin ist bequem mit der U1 und der U2 über die Station Gleisdreieck, genauso wie mit der Buslinie M29 an der Haltestelle Schöneberger Brücke zu erreichen, der Fußweg ist jeweils 3-5 Minuten.

The former Berlin postal station, now one of the most sought venues in Berlin, „the station“, is perfectly suited for a sales exhibition such as „Stilrausch“

The level of the products can find a location for a perfect combination: a special place with a great history, unique and at the highest level the style rush can pull its visitors under its spell.





4. The Area

4





5. Facts & Figures



Netto - Preis per qm: **Euro 219,-**

Bei verbindlicher Anmeldung bis zum **15. Februar 2012:**

Frühbucher - Messeermäßigung in Höhe von **8 %** .

Net- price per sqm: **Euro 219,-**

If you register before **15th of february 2012:**

Early bird- fair discount rate of **8 %**.

Eintritt:

Euro 8,- pro Person (Kinder bis 10 Jahren frei)

Euro 5,- Kinder ab 10 Jahren sowie Schüler & Studenten
(mit Ausweis)

Admission

Euro 8,- per Person (free for children under 10 years)

Euro 5,- pupils and students

Standgröße Exhibition stand size qm sqm	Preis price Euro	zzgl. Ausstellerkatalog add. Exhibitor catalog Euro
5	1.095,-	125,-
10	2.190,-	125,-
15	3.285,-	125,-
20	4.380,-	125,-
25	5.475,-	125,-
30	6.570,-	125,-
35	7.665,-	125,-
40	8.760,-	125,-
45	9.855,-	125,-
50	10.950,-	125,-
55	12.045,-	125,-

6. Target

Diesem Rausch entkommt man nicht:
Die Zielgruppe besteht aus anspruchsvollen und Kauf interessierten Konsumenten, die in der Vorweihnachtszeit in ein Kaufhaus des Lifestyles eintreten möchten; mit einer Produktvielfalt auf einer Fläche von über **4.000 qm**, für jung & alt, für Männer, wie für Frauen.

Besucher, auf der Suche nach den schönen Dingen des Lebens, Kauf interessiert in der Vorweihnachtszeit, inmitten eines Produktmixes, der für jeden Anspruch seine Überraschung bereithalten wird.

The house of lifestyle - be a part of it !

This rush doesn't escape you.
The target audience consists of sophisticated and sales interested consumers, wishing to enter into a store of lifestyle during the Christmas time; with a variety of products on an area of over **4.000 sqm**, for young and old, for men as for women.

Visitors looking for finer things in life, interested in purchasing at Christmas season, amid a product mix , that has ready it's surprises for each claim .

7. Company & Contact

stilrausch® UG

Löwestrasse 25

10249 Berlin

Germany

Nancy Heckendorf

CEO | Founder

eMail: info@stilrausch.com

web: www.stilrausch.com

