

Media-Info

Düsseldorf setzt ein Zeichen: 180 Händler freuen sich auf den „Shopping Day“

- **Am 24. Juli findet der „Shopping Day“ statt – zahlreiche Händleraktionen und verlängerte Öffnungszeiten machen Einkaufen zum Erlebnis**
- **Starke Resonanz: Mit 180 Akteuren aus Einzelhandel, Hotels, Galerien sowie der Kultur- und Kreativwirtschaft zelebrieren die Düsseldorf Fashion Days den Modestandort**
- **Düsseldorf erstrahlt in Violett, Grün und Gelb: Umfassende Werbemaßnahmen schmücken die Stadt – Händler bekennen (DFD-) Farbe**

Düsseldorf, 21. Juli 2021. Diverse großformatige Plakate in Violett machen seit dem Wochenende aufmerksam auf ein neues Event: Das Düsseldorf Fashion Days (DFD) Festival. Düsseldorf positioniert sich damit als Standort, der verbindet: Einzelhandel, Kunst- und Kreativszene, Gastronomie, Hotellerie – eingebettet in die Tradition der Düsseldorfer Ordertage. Angefangen von der fein kuratierten Mode-Boutique, über Galerien, bis hin zu den großen, namenhaften Fashion-Häusern, sind 180 Akteure vertreten. Hotels entwickeln spezielle Konzepte und machen mit Pop-Up-Flächen Raum für Mode und Kunst. Einzelhändler locken mit attraktiven Rabatten und Gewinnspielen; DJ-Sessions und sommerliche Drinks beleben den „Shopping Day“ am Samstag, den 24. Juli bis 22 Uhr.

Bereicherung für Modestandort Düsseldorf

Unter der Dachmarke Düsseldorf Fashion Days startet das Orderbusiness in Düsseldorf ab heute, 21. Juli, mit einer umfassenden Standort-Initiative und beweist starke Synergien am Mode-Hotspot. "Mit dem DFD Festival wollen wir Düsseldorf als interessante Modestadt mit seiner spannenden innerstädtischen Struktur auch kommunikativ positionieren und viele Menschen nach Düsseldorf locken“, erklärt Wirtschaftsdezernent Dr. Michael Rauterkus. „Wer Kundinnen und Kunden mit ausgesuchten Produkten überzeugen kann und leidenschaftlich im Kundenservice ist, wird positiv wahrgenommen und mit Treue belohnt. Die stolze Zahl 180 steht für die Synergie am Modestandort Düsseldorf, der zusätzlich den Einzelhandel und die kreative Kultur integriert. Das DFD Festival ist eine Chance, die Innenstadt zu beleben, und zwar zukunftsgerichtet und nachhaltig“, so Rauterkus.

Wirtschaftsförderin Theresa Winkels sieht Mode als Begegnungsstätte und einzigartige Möglichkeit der Vernetzung an den DFD: „Düsseldorf zeigt sich zeitgenössisch, facettenreich und vielfältig in seinen unterschiedlichen Quartieren, denn unser modernes Stadtbild ist auch außerhalb der Kern-Innenstadt belebt. Besucherinnen und Besucher bekommen so einen ganz neuen Anreiz, Düsseldorf zu erleben, durch Galerien zu schlendern und authentische kleine Läden mit besonderen Dingen zu entdecken“, sagt Winkels.

Der Handel teilt Winkels Meinung: Evelyn Hammerström, Inhaberin des Concept Stores Jades, ist begeistert, dass „wir mit Düsseldorf die Kraft gefunden haben, so ein wunderbares Projekt zu veranstalten. Gerade jetzt, wo die Frankfurt Fashion Week hauptsächlich digital stattfindet, setzen wir weltweit ein Zeichen“. Center Managerin des Sevens, Maren Jäckel,

FASHION NET *düsseldorf*

freut sich darüber, dass „bereits im Vorfeld branchen- und bundesweit viel über die Düsseldorf Fashion Days gesprochen wird. Zusammen mit dem Festival werden sie zu einem Konzept, das für Musik, Lebensfreude und die schönen Dinge des Lebens wie Mode und Kunst steht.“ Jan Schnatmann, Geschäftsführer Shadow-Arkaden, betont, dass „der Modestandort, die Innenstadt und die Ordertage positiv aufgeladen sind. Jeder ist froh, endlich wieder ausgiebig in Düsseldorf shoppen zu können“. Für Hoteldirektorin Eva Herrmann ist die Mischung aus Fashion und Kunst in ihrem Restaurant Fritz's Frau Franzi eine wahre Bereicherung: „Über die Kulinarik unserer Küche schreibt der Guide Michelin ‚Wo kochen zur Kunst wird‘. Zum DFD Festival Wochenende dürfen sich unsere Restaurantbesucher auf unserer Pop-Up-Fläche über modischen Schmuck und farbenfrohe Werke der Fotokünstlerin Klaudia Taday freuen.“

Über die Grenzen der Düsseldorfer Innenstadt hinaus kommen Konzept und Stimmung des DFD Festivals an: Neben der frequentierten Kern-Innenstadt beleben Kulturaktivierungen der Kreativwirtschaft beispielsweise das Loretto-Viertel. In Flingern ist der Sitz des Düsseldorfer Modeunternehmers Heiko Wunder mit seinem nachhaltigen Label wunderwerk: „Ich finde es großartig, dass die Stadt solche Anstrengung unternimmt, um Besucherinnen und Besucher mitzunehmen. Jeder kann so erleben, was in Düsseldorf alles los ist.“ Als großes Plus sieht es Daniela Perak, die in Pempelfort den auf Organic und Fair Fashion spezialisierten Shop Roberta leitet, dass „Modebegeisterte während der DFD zudem erleben können, wie Fashion in Düsseldorf jenseits von Kö und Shadowstraße funktioniert.“

Düsseldorf ist nicht nur trend-, sondern auch umweltbewusst

Einen Einblick in das Boutique-Geschäft am „Shopping Day“ wird Model und Influencerin Anna Hiltrop geben. Durch jahrelange Modelerfahrung ist Hiltrop immer am Puls der Zeit, was Modetrends und -bewegungen anbelangt. Privat liebt es die Düsseldorferin bodenständig und setzt sich auf ihren Social-Media-Kanälen für einen nachhaltigen Lebensstil ein. „Das Festival zu den Düsseldorf Fashion Days ist für mich so einzigartig, weil der Fokus nicht nur auf dem kommerziellen Handel liegt, sondern auch auf Nachhaltigkeit und umweltschonend produzierter Mode. Tolle Shops, die nachhaltige Mode anbieten, gibt es überall in Düsseldorf – einige sind schon weit über die Stadtgrenzen bekannt, andere sind noch echte Geheimtipps“, sagt sie. Während des „Shopping Day“ wird sie via Instagram live vom Festival berichten, kleine nachhaltige Labels vorstellen sowie bei den Pop-Up-Modenschauen der Brands wunderwerk und CircleStances vor Ort sein.

Für den diesjährigen DFD Shuttle-Service wird mit dem Elektromobilhersteller Polestar erstmalig kooperiert, dadurch werden mehr emissionsfreie Fahrten in der Stadt ermöglicht. Die Marketing- und Werbemaßnahmen des Festivals wurden ebenfalls nachhaltig gestaltet: Alle 150 XXL-Ballons sind beispielsweise aus Naturlatex und biologisch abbaubar. Für das Festival-begleitende DFD-Magazine wurde bewusst Recyclingpapier ausgewählt.

Die Wirtschaftsförderung Düsseldorf, der Verein Fashion Net Düsseldorf sowie Düsseldorf Marketing und Düsseldorf Tourismus setzen das Festival gemeinsam mit den Düsseldorfer Akteuren um – begleitet durch professionelle Event- und Kommunikationsagenturen. Die Landeshauptstadt Düsseldorf unterstützt das DFD Festival und alle Maßnahmen mit einem Förderpaket von 300.000 Euro.



PRESSE_ SERVICE_ GUIDE DFD

PRESSEHOTLINE WÄHREND DER DFD Phone 0211 – 74959690

Fashion Net Düsseldorf e. V.

Fashion Net Düsseldorf e. V. ist ein einzigartiger Zusammenschluss von Marken, Unternehmen und Akteuren der Modebranche in Düsseldorf. Mode und Modebusiness haben mit dem Netzwerk einen zentralen Kommunikationskanal, der die vielfältigen Aktivitäten am Standort integriert und fördert. Neue Ideen, effektive Strukturen, innovative Kommunikations- und Marketingmaßnahmen finden über das Fashion Net eine digitale Plattform, die den Zeitgeist der Modeindustrie spiegelt. Ziele des Vereins: Düsseldorf als erste Adresse für Aussteller, Einkäufer, Kunden, Multiplikatoren, den kreativen Nachwuchs, Investoren und Start-ups zu positionieren und zu stärken. National wie international. Fashion Net ist Synergie, made in Düsseldorf.

Presse-Service für Fashion Net:

PR + Presseagentur textschwester
Strategische Lifestyle-Kommunikation
Inga Klaassen
Prinz-Georg-Str. 7
40477 Düsseldorf
Phone: 0211.74959690
Mail: inga@textschwester.de

Social Media-Service für Fashion Net:

PR + Presseagentur textschwester
Strategische Lifestyle-Kommunikation
Elena Thommessen
Prinz-Georg-Str. 7
40477 Düsseldorf
Phone: 0211.74959690
Mail: elena.thommessen@textschwester.de