

Media-Info

Erfolgreiche erste Ausgabe der Düsseldorf Fashion Days

Fazit: Die DFD-Woche ermöglicht entzerrte Order- Experience mit positiven Zahlen

- **Showrooms verzeichnen dank vorgezogenem Termin stabile Ordergeschäfte trotz COVID-19**
- **DFD Fashion Lounge zog zahlreiche Besucher an den gastronomischen Meeting-Point**

Düsseldorf, 11. August 2020. Showroom-Besuche nach Termin, eingeschränktes Catering und keine groß angelegten Netzwerk-Events – Die erste Orderrunde unter dem neuen Wording „Düsseldorf Fashion Days“ (DFD) unterlag zwar Einschränkungen, dennoch freuen sich über 600 Düsseldorfer Showroom-Betreiber über volle Terminkalender, entspannte Einkäufer und schreiben stabile Orderzahlen. Die erstmals vom Fashion Net initiierte DFD Lounge am Karl-Arnold-Platz wurde gut angenommen, sorgte für Erfrischungen, kleine kulinarische Snacks und bot Raum für informelles Networking im Rahmen der geltenden Hygiene-Auflagen.

Seit Beginn der DFD am Mittwoch den 5. August strömte das nationale Einkäufer-Publikum erneut in die nordrhein-westfälische Landeshauptstadt am Rhein. „Die Resonanz auf die vorgezogene Orderwoche war durchweg positiv. Durch die einheitliche Kommunikation des Termins hat der Einzelhandel die Möglichkeit bekommen, trotz der aktuellen Situation, eine Kollektions-Preview sowie eine effektive Order zu bieten. Der Andrang auf die DFD Lounge zeigt auch, dass eine herausragende Stärke des Modestandortes das Networking ist“, so Angelika Firnrrohr, Geschäftsführerin des Fashion Net. Bereits vor dem offiziellen Beginn der Fashion Days wurden Termine in den Showrooms wahrgenommen. Die Ausweitung der Orderrunde auf eine Woche hat zu einer sichtbaren Entzerrung der Besucher in den Showrooms geführt, wodurch sich größere Zeitfenster zur Kollektionssichtung ergeben haben.

„Insgesamt hatten wir deutlich weniger Frequenz. Die Einkäufer kamen besonders aus den angrenzenden Bundesländern, aber auch namhafte Partner aus Deutschland, Österreich und den Niederlanden haben Termine bei uns vereinbart, die für uns strategisch wichtig waren. Der Termin sowie die Organisation wurden aus meiner Sicht größtenteils positiv bewertet. Fashion Net hat das Zepter in die Hand genommen und im Rahmen der Möglichkeiten das Beste aus der Situation gemacht“, so Dirk Büscher (Marc Cain Agency).

FASHION NET *düsseldorf*

„Unsere Kunden respektieren die Termine, die besonderen Regeln und sind optimistisch. Bestehende Kollektionen werden gesichtet und geschrieben. Was uns besonders freut, dass neue Kollektionen gleichfalls näher analysiert werden. Die fehlende Vorabinformation durch eine Messe macht sich hier positiv bemerkbar. Der DFD Termin ist für uns richtig und wichtig. Die Umbenennung in ‚Düsseldorf Fashion Days‘ ist angekommen. Die Saison ist zum jetzigen Zeitpunkt gut gestartet, wenn auch die Unsicherheit gerade in Bezug auf die Auslieferung Herbst/Winter spürbar ist“, sagt Michael Schulz (ACO Modeagentur).

Luca Bazzanella (Thomas Rath) fasst zusammen: „Diese Orderrunde bietet neue Möglichkeiten. So beunruhigend die Krise auch sein mag, bietet sie auch Gelegenheit, vieles neu zu bewerten und neue Herangehensweisen zu testen. Viele der Kunden richten ihr Sortiment neu aus – davon profitieren auch wir.“

„Die Kundenfrequenz während der DFD war spürbar schwächer. Unsere internationalen Kunden aus Osteuropa und Übersee konnten nicht anreisen. Dennoch hatten wir durchgängig feste Ordertermine mit unseren Kunden vereinbart und haben eine ungetrübt gute Stimmung dem Produkt gegenüber festgestellt“, berichtet Margitte Schweden-Heiderscheidt von Margittes Fashion.

„Für uns sind die DFD ein großer Erfolg. Trotz Corona hatten wir eine gute Frequenz an Einkäufern bei uns im Showroom und unsere wichtigen Top-Kunden waren hier. Von einer rein digitalen Order sind wir noch weit entfernt. Der Kunde möchte definitiv die Ware anfassen und sich persönlich austauschen“, so Wiebke Schilbock, eine der Gründerinnen des Labels Delicatelove.

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
Alex Iwan, Miloš Heiden + Elena Thommessen
Prinz-Georg-Str. 7, 40477 Düsseldorf
Phone: 0211.74959690
Mail: milos@textschwester.de