

Düsseldorf bleibt auch im Lockdown verlässliche Anlaufstelle für Einkäufer während der DFD

Düsseldorf, 4. Februar 2021. Trotz des harten Lockdowns fanden in Düsseldorf in der vergangenen Woche die Kollektionssichtung und Order der Fall/Winter-Kollektion 2021 im Rahmen der Düsseldorf Fashion Days statt. Dank strenger Hygiene-Auflagen und starker Entzerrung des Orderaufkommens durch die Vergabe von Einzelterminen. In über 600 Showrooms platzierten Einkäufer aus ganz Deutschland ihre Order. Die Supreme Women&Men stellte temporäre Showroom-Flächen für ihre Partner zur Verfügung, während die Gallery FASHION & Shoes als rein digitales Format stattfand. Die Bilanz: Die Frequenz war erwartungsgemäß niedriger als vor der Pandemie, dennoch schätzt die Branche die Verlässlichkeit des Orderstandortes Düsseldorf sowie den persönlichen Austausch vor Ort.

„Dass die Düsseldorf Fashion Days stattfinden konnten, ist ein wichtiges Signal für die gesamte Branche und unterstreicht die Relevanz des Modestandortes. Der neue Name DFD kommt zudem beim Fachpublikum sehr gut an. Unter dem Dachbegriff DFD lassen sich das Fashion-Business sowie branchenübergreifende neue Konzepte perfekt vereinen. Diese Entwicklung fokussieren wir von städtischer Seite: Mit einem geplanten Festival-Konzept zur Sommerausgabe wird nicht nur das Orderbusiness gestärkt, sondern die gesamte Stadt inklusive Einzelhandel, Gastronomie, Kultur- und Eventbranche profitiert von der neuen Ausrichtung der Ordertage“, erklärt Theresa Winkels, Leiterin der Wirtschaftsförderung Düsseldorf.

„Wir haben überwiegend positives Feedback zur Organisation der DFD-Woche erhalten. Die Zusammenarbeit mit der Stadt Düsseldorf sowie die Bereitstellung eines Hygienekonzeptes haben allen Akteuren Sicherheit gegeben. Die Einkäufer waren dankbar für eine entzerrte Kollektionssichtung in Termin-Slots und die persönlichen Kontakte. Wir freuen uns jetzt auf den Sommer und hoffen, dass viele DFD-Aktivitäten, die seitens der Stadt Düsseldorf geplant sind, stattfinden können. Dadurch werden über das Fachpublikum hinaus, sämtliche Besucher der Modehauptstadt Deutschlands angesprochen“, so Angelika Firnrühr, Geschäftsführerin des Fashion Net Düsseldorf.

„In dieser Saison haben wir unsere eigenen Interessen zurückgestellt und im Sinne der Hersteller, Agenturen und Händler unser Konzept in unserer Location B1 überdacht und umgesetzt. Nicht zuletzt durch den Einsatz von Fashion Net Düsseldorf, in dem ich als Vorstandsmitglied wirke, entstand ein hervorragendes Miteinander, welches letztendlich die Orderaktivitäten am Standort ermöglicht hat“, sagt Aline Müller-Schade, Geschäftsführerin The Supreme Group.

Dirk Büscher, Marc Cain Geschäftsführer Gesamtvertrieb & Logistik, fasst zusammen: „Der Charakter, den die DFD als wichtige Kommunikationsplattform mit internationalem Traffic normalerweise hat, war aufgrund der aktuellen Situation leider nicht gegeben.“

FASHION NET *düsseldorf*

Wir waren wie immer vor Ort und haben die gezielt vereinbarten Ordertermine im Showroom mit unseren Kunden aus dem Umkreis unter Corona-Bedingungen bestmöglich gestaltet.“

„Wir waren mit der Besucherfrequenz sehr zufrieden. In unserem Showroom wurden strikte Hygienemaßnahmen von Masken, über Schutzschilder bis hin zu einem Luftreinigungsgerät umgesetzt, damit sich sowohl Mitarbeiter als auch Kunden sicher fühlen konnten. Alle Besucher kamen zu vorab vereinbarten Terminen, sodass wir unseren Kunden in Ruhe zahlreiche Neuheiten der Herbst-/Winterkollektion 2021 vorstellen konnten. Insgesamt überwog bei den Besuchern unseres Showrooms, trotz der allgemeinen Verunsicherung, der Optimismus“, so Tobias Schellenberger, Head of Business Development Raffaello Rossi.

„Aufgrund der gegenwärtigen Situation sind wir in dieser Orderrunde ganz anders präsent: Digital und mit erweiterter Laufzeit vom 28. Januar bis 15. Februar 2021. Eine völlig neue Erfahrung, die wir jedoch sehr wertschätzen, weil wir uns damit neue Vertriebskanäle und eine erweiterte Präsenz für die Gallery-Formate geschaffen haben. Somit sind in Zukunft auch Hybridformate denkbar. Unser Wirkungskreis ist dadurch flexibler geworden. Mit ‚Gallery FASHION & Shoes digital‘ haben wir uns vollständig als Teil der DFD gefühlt, freuen uns aber dennoch auf die kommende Präsenzveranstaltung Gallery SHOES & Fashion vom 18. bis 20. April 2021 mit begleitendem Showroom Concept“, sagt Ulrike Kähler, Managing Director Igedo Company.

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
Prinz-Georg-Str. 7, 40477 Düsseldorf
Phone: 0211.74959690
Mail: milos@textschwester.de