

DFD

MAGAZINE



NEW SEASON

*Top-Trends für
H/W 22/23*

LABELS TO WATCH

*Brands, die man
kennen muss*

HANDPICKED

*Düsseldorfs
spannendste Spots*

02

DÜSSELDORF FASHION DAYS // 26.01. – 02.02.2022

Liebe Leserinnen und Leser des DFD Magazines,

schon ist es da, das neue Modejahr 2022 und wir mittendrin. Spätestens nach dem großartigen Erfolg unseres ersten DFD Magazines ist eines klar: Unsere schöne Rheinmetropole steht neben Kö, Altstadt und Rheinterrassen für Messe-Highlights, eine selbstbewusste Kreativszene und natürlich die Düsseldorf Fashion Days. Nirgendwo in Deutschland wird Mode so viel, so konzentriert und so gezielt geordert wie auf der Kaiserswerther Straße, der Derendorfer Allee mit den Hallen 29/30, im Hafen und den Messen Supreme und Fashn Rooms, ehemals Gallery. Internationale Einkäufer:innen zücken hier ihre Orderbücher und entscheiden, was morgen in den Geschäften liegt. Wir blicken in dieser Ausgabe daher gezielt auf die Showrooms und Ordermessen, verknüpfen Fortschritt und Innovation der Branche mit heiteren Genussmomenten und blicken zurück auf den Sommer 2021, dem fulminanten Auftakt der DFD Festival Edition.

Im Düsseldorfer Modebusiness bin ich seit 2002 aktiv; seit elf Jahren auch als Geschäftsführerin und Vorstandsmitglied des Vereins Fashion Net. Seither ist eine enge Zusammenarbeit zwischen den ansässigen Showroom-Akteur:innen und der Wirtschaftsförderung entstanden, die in einem gemeinsam organisierten Festival im Rahmen der Düsseldorf Fashion Days ihren bisherigen Höhepunkt fand. Wir haben's endlich gemacht



Foto: © Frank Beer

„ **DIE MODEORDER ONLINE SOWIE HYBRIDE UND DIGITALE SHOWROOM-KONZEPTE VERÄNDERN ARBEITSWELTEN.**

und etwas bewegt – die Stadt hat sich zu den DFD im Juli 2021 neu erfunden! Und der Grund dafür? Mode! Die Modellandschaft in Deutschland lebt von seinen Gästen, seinen Einkäufer:innen und den Showroombetreiber:innen, die zwei Mal im Jahr Düsseldorf zu dem machen was es ist: die Modehauptstadt Deutschlands. Lesen Sie im Heft mehr über die Relevanz des Orderstandorts, den ersten Pop-up-Store für Vintage-Taschen im Breuninger, ausgefallene Strick-Teile, Made in Düsseldorf, und vieles mehr. Inzwischen wissen selbst Branchenneulinge, dass Digitalisierung auch vor der Mode keinen Halt macht. Die Modeorder online sowie hybride und digitale Showroom-Konzepte verändern Arbeits-

welten. Einen ganzheitlichen Blick auf dieses und weitere spannende Modethemen der Zukunft eröffnen die Köpfe hinter den Showrooms von AlphaTauri und Scotch&Soda im Düsseldorfer Hafen sowie s.Oliver in der Halle 29. In diesem Sinne wünsche ich Ihnen eine spannende Lektüre und erfolgreiche Düsseldorf Fashion Days!

Herzlichst Ihre

Angelika Firnrohr
Geschäftsführerin des Fashion Net
Düsseldorf e. V.

CONTENT CONTENT

04 FASHION DAYS 2021

Der Düsseldorfer Summer of Fashion im Review.

05 BEGEISTERUNG UND VIELFALT

Wenn Düsseldorf für eines steht, dann ist es Einkaufen mit Niveau.

06 SCHÖNE NEUE WELT!

Düsseldorfs digitale Showrooms.

08 FASHN ROOMS

Neue Räume für noch mehr Kreativität.

15 SUPREME

Internationaler Mode-Hotspot für Düsseldorf.

16 FUTURE OF FASHION & DESIGN

Die AMD stellt sich mit neuen Projekten und Studiengängen für die Zukunft auf.

24 GEBRAUCHT GEKAUFT. NEU GELIEBT

Alle wollen Vintage. Breuninger hat diesen Trend in Düsseldorf schon umgesetzt.

30 DFD NEWS

31 INGAS INSTAGRAM

31 IMPRESSUM

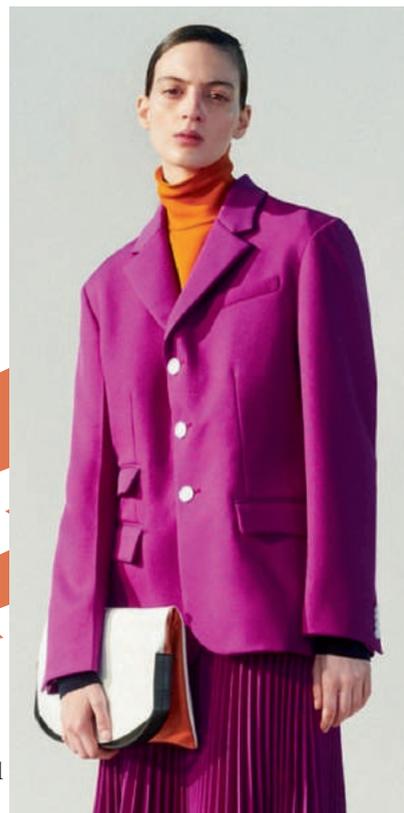
10 LABELS TO WATCH

Fashion People, (Newcomer) Brands und Concept Stores, die uns jetzt inspirieren.



26 FASHION FORECAST

Ausblick auf die Trends für H/W 22/23.



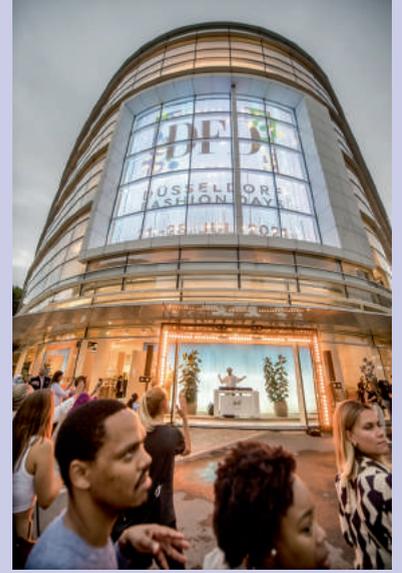
18 HANDPICKED

Düsseldorfer Innenstadt, Medienhafen und Oberkassel: Best of Gastro und Shopping.



We love fashion

Im vergangenen Juli stand Düsseldorf ganz im Zeichen der Mode. Neben Messen und Showroom-Terminen zelebrierte Fashion Net die Lust auf Mode in der ganzen Stadt – mit unvergesslichen Events und der Verleihung des Modebusiness Awards als absoluten Höhepunkt.



Fotos: ©Andreas Endermann // textschwester PR



Djs + Live Musik

Pop-up Schaufenster



Wasserprojektion am Hofgarten



Fotos: ©Ast Jürgens



BEGEISTERUNG UND VIELFALT

in Düsseldorf

Wenn Düsseldorf für eines steht, dann ist es Einkaufen mit Niveau. Einmal mehr ist die kleine Stadt am Rhein zur besten Shopping-Destination Deutschlands gewählt worden. Ist das der legendären Königsallee zu verdanken? Sicher – zu einem nicht unerheblichen Teil. Doch die Rheinländer ruhen sich nicht aus auf dem, was die Vorfahren an Schönheit und Stilsicherheit hinterlassen haben. Es geht darum, sich immer wieder neu zu erfinden.

URBANE PILGERSTÄTTEN

Pilgerte man früher zu Eickhoff, ist es jetzt Breuninger im Kö-Bogen, das mit all den modernen Gebäuden drum herum für ein neues Shopping-Erlebnis steht. Auch in Sachen Gastronomie, Hotellerie, Architektur und lebendiger Kunstszene bleiben keine Wünsche offen.

Erstaunlich für eine Stadt mit nicht einmal 700.000 Einwohnern.

Von der Modebranche wird Düsseldorf in regelmäßigen Abständen für tot erklärt. Man meint, jeden Stein der Kaiserswerther Straße mit all ihren Showrooms zu kennen, und ist vielleicht von der Vorstellung, wieder dorthin zu reisen, ermüdet. Es locken andere spannende Städte wie Amsterdam, Berlin oder Kopenhagen. Auch dort kann man Mode ordern und sich von den Sortimenten des Handels inspirieren lassen.

Am Ende kommen dann doch viele wieder zurück an den Rhein. Auch Modemenschen, die vielfach so gestrickt sind, dass sie den Wandel als Lebenselixier brauchen, mögen die persönliche Betreuung ihrer Agenturen und Brands. Sie lassen sich von kurzen Wegen und ent-

spanntem Service begeistern. Sie schätzen die Vielfalt der Kollektionen in allen Genres, die es zu entdecken gibt.

HEISSER COUP AM RHEIN

Mich persönlich begeistert Düsseldorf immer wieder aufs Neue. Ich liebe den Rundgang in der Kunstakademie, den ich fest im Kalender eingetragen habe, genieße es, am Rhein ein Altbier zu trinken und die andere, raue Seite der Stadt zu spüren, mag Flingern mit seinen Plätzen und Läden. Und vor allem liebe ich die Atmosphäre, wenn die unübersehbaren Modeleute zur Ordersaison am Rhein entlangflitzen, um den nächsten heißen Coup zu landen. Oder hoch oben auf dem Dreischeidenhaus mit ihnen ein Glas ein Glas zu heben, um den Gewinner des Düsseldorfer Modebusiness-Preises zu feiern.

Foto: © Christel Wickerath // TextilWirtschaft



ABOUT

Christel Wickerath ist seit Ende der 80er-Jahre nicht nur in Düsseldorf als Modejournalistin unterwegs. Sie schreibt außerdem für das Fachblatt *TextilWirtschaft* und arbeitet unter anderem für das Deutsche Mode-Institut.



SCHÖNE NEUE WELT!

DÜSSELDORFS DIGITALE SHOWROOMS

ÜBER ROBOTER, ONLINE MEETS OFFLINE
UND DIE ZUKUNFT DER MODEORDER

Text: Inga Klaassen

Aldous Huxley schreibt das Jahr 632 nach Ford. Mithilfe des technischen Fortschritts haben die Menschen in seinem utopischen Roman aus dem Jahr 1932 eine perfekte Welt geschaffen. Utopie? Realität? Auch im Hier und Jetzt, jenseits jeglicher dramaturgischen Erzählung, ist die Digitalisierung auf der Überholspur. Wie kaufen wir in Zukunft ein? Online? Im Store? Oder Beides? Was erleben wir dabei? Seit Beginn der Corona-Pandemie hat sich in Sachen Digitalisierung einiges in der Modelandschaft bewegt. Da Einkäufer:innen nicht oder weniger reisen, entscheiden sich Marken verstärkt, sie zu virtuellen Showrooms einzuladen. Auch in Düsseldorf setzen relevante Player der Branche auf digitale oder hybride Orderkonzepte, bei denen die Online- und Offline-Welt miteinander verschmelzen. Huxley schreibt über Alpha Plus, in Düsseldorf gibt es AlphaTauri. Zufall? Wer weiß. Schöne neue (Fashion-)Welt!

„ WIR GLAUBEN AN DIE POWER DES KOLLEKTIVS. JE MEHR BRANCHENPARTNER AUF HYBRIDE FORMATE SETZEN, UMSO MEHR WIRD INNOVATION GELEBT.

Ahmet Mercan, CEO AlphaTauri

Das Interieur des AlphaTauri Showrooms im Medienhafen ist geprägt von Glasfronten, Weitläufigkeit und futuristisch anmutenden Elementen aus gebürstetem Aluminium. Mit einem selbst entwickelten Roboter setzt AlphaTauri in der Branche neue Impulse. Über digitale Tools und dem selbstfahrenden Showroom-Assistenten können Einkäufer:innen während der Order auch virtuelle Einblicke in den neuen Showroom erhalten und Sales-Meetings arrangieren. Der Roboter verfügt über eine frei bewegliche, hochauflösende Kamera, die für eine Rundum-Perspektive sorgt. Zoom-Funktionen ermögli-

chen dem Gast außerdem, bestimmte Kollektionsteile sowie deren Materialien und Verarbeitung aus der Nähe zu betrachten. Die digitale Order wird so zu einem greifbaren Erlebnis, stets begleitet durch das digitale Sales-Team. Mit dem Spagat zwischen Online Experience und individueller Beratung überzeugt AlphaTauri seit August 2020 Fashion Buyer, die sich, egal ob aus Paris, London oder Mailand, bequem aus dem Büro oder dem Home-Office ins Studio am Medienhafen zuschalten können. „Unsere Erfahrung hat gezeigt, dass es nicht immer ein Vor-Ort-Termin sein muss. Oft ist es deutlich effektiver, nachhaltiger und zeitsparender, digital zu kommunizieren“, resümiert Ahmet Mercan, CEO AlphaTauri. „Ziel war es, bei der Entwicklung unseres innovativen Showroom-Assistenten physische Orderprozesse virtuell abzubilden, ohne die Interaktivität und die zwischenmenschliche Komponente zu verlieren – im Fokus steht die optimale Verblendung von realem und digitalem Fashionretail.“ Der Erfolg gibt Mercan Recht. „Das digitale Ordern wirkt sich positiv auf die Orderzahlen und die Anzahl der erreichten Kund:innen aus.“ Konkurrenzdenken gibt es bei AlphaTauri nicht. Die Brand setzt auf eine ganzheitliche Branchenpower und sieht in digitalisierten Einkaufsmodellen die Zukunft des Mode-Retails. „Wir glauben an die Power des Kollektivs. Je mehr Branchenpartner auf hybride Formate setzen, umso mehr wird Innovation gelebt“, so Mercan.

„ WIR STEHEN FÜR DIE VERSCHMELZUNG VON DIGITALEM UND PHYSISCHEM SHOWROOM UND ZEIGEN DAMIT ,THE BEST OF BOTH WORLDS‘.

Florian Wagner, Sales Director CEE, Scotch&Soda

Virtuelle Samples, 360°-Screens, Order per Touchpad, Cinemas in Meetingräumen und digitale Kollektionsbücher:

Sowohl der Showroom von Scotch&Soda im Medienhafen als auch die s.Oliver Group in der Halle 29 in Derendorf verfolgen den Ansatz der digitalen Liveorder vor Ort. Modehändler:innen können im Showroom die Ware – live am Muster – oder über ein digitales Order-Tool bestellen. Mit dem neuen Showroom-Konzept setzt die s.Oliver Group im Rahmen ihrer Sales Strategie auf ein neues Unternehmenskapitel. „Die Pandemie war ein Beschleuniger“, sagt Daniel Schmidt, Sales Director der s.Oliver Group, und erklärt damit die rasante Umsetzung der digitalen Vision des Modeunternehmens. „Durch die Corona-Situation wurden wir daran erinnert, neu zu denken und schnell zu handeln, um unseren Kund:innen eine perfekte Verschmelzung aus digitaler und analoger Welt bieten zu können“, so Schmidt. Doch die Einkäufer:innen sind längst nicht die Einzigen, die vom digitalen Orderprozess profitieren. „Ein treibender Faktor für das hybride Orderkonzept waren das Thema Nachhaltigkeit und die Reduktion von Sample Ware“, fährt er fort. Mithilfe der neuen Technologien optimiert sich die Qualität der Order digitaler Samples. Die Kollektionsentwicklung kann durch digitale Erfassung kontinuierlich geplant und im Auge behalten werden, Überhang auf dem Markt lässt sich so einfacher vermeiden. Auch Florian Wagner, Sales Director CEE Scotch&Soda, bemerkt die Reduktion haptischer Muster seit der Integration der digitalen 360-Grad-Order im April 2021. Neben der klassischen Warenpräsentation durch Musterteile in den Scotch&Soda Räumlichkeiten vor Ort werden auch digitale Tools in den hybriden Showroom integriert. „Wir bieten unseren Einkäufer:innen hochauflösende Detailaufnahmen und Produkt-Shots sowie Bewegtbild an Models“, so Wagner. Durch diese Präsentationsweise sei es nicht mehr nötig, jeden Artikel der Kollektion in jeder Farb- und Qualitätsausführung im Showroom selbst zeigen zu müssen.

”

DURCH DIGITALE SHOWROOM-PRÄSENTATIONEN REDUZIEREN WIR NACHWEISLICH DIE SAMPLE-PRODUKTION.

Daniel Schmidt, Sales Director s.Oliver Group

Flexibilität und Reichweite treiben den Zeitgeist der Innovation „Digital Showroom“ maßgeblich voran. Bisher konnten alle drei Brands ihr neues Konzept erfolgreich etablieren. Ob digitale Cinemas oder virtuelle Roboterführungen durch den Showroom – eine innovative Kollektionspräsentation ermöglicht eine neue Art der Order. Was fehlt jedoch? Auch darin sind sich die Branchenexperten einig: die haptische Wahrnehmung abbildbar und spürbar zu machen. Hätte Aldous Huxley doch dazu auch mal etwas geschrieben!

ABOUT

Der Verband Deutscher Mode- und Textil-Designer zeichnete **Thomas Rath**, Düsseldorfer Modeschöpfer und TV-Liebling, als „Designer des Jahres 2021“ aus.



Was muss eine starke Kollektion jetzt bieten?

Verlässlichkeit und Qualität

Ihre 3 guten Wünsche für die Branche:

Mehr Zusammenhalt, Loyalität und Fairness

Was haben Sie aus 20/21 gelernt?

... dass eine langjährige Kundenbindung das wichtigste im Modebusiness ist.

Wie blicken Sie in die neue Saison?

Mehr denn je stärken wir unsere Kernkompetenz in Passform und höchsten Qualitätsansprüchen

Was lieben Sie an der Modestadt Düsseldorf?

Ich liebe die Eleganz, die Düsseldorf ausstrahlt, gepaart mit dem rheinischen und liebevollen Humor der Rheinländer

Die Mode im Winter 22/23 wird

... leichter aber trotzdem angetagen. Die Kunden möchten sich wieder stilvoll kleiden.

Ihr Must-have der Saison?

Unser Must-Have ist leichte, transsaisonale Konfektion

Ihr Lieblingsplatz in Düsseldorf?

Düsseldorf hat so viele Plätze, denn hier bin ich zu Hause

QUICK QUOTES
QUICK QUOTES

FASHN ROOMS



NEUE RÄUME FÜR NOCH MEHR KREATIVITÄT

Text: Mara Werdin

Vorhang auf: Die ehemalige Gallery Fashion präsentiert sich ab Januar 2022 erstmals als Fashn Rooms. Mit neuem Namen reihen sich auch zahlreiche upcoming Brands in das qualifizierte Markenportfolio ein. Ziel ist es, das Areal Böhler zur Ordersaison in eine aktive Networking-Plattform mit persönlicher Note und informativen Trend-Forecasts zu verwandeln. Ergänzt wird das bisherige Showroom-Konzept mit der Order Show „Core“. Hier werden exklusive und internationale Manufaktur-Brands für Denim, Sportswear, Contemporary und Outdoor vorgestellt. Gemeinsam mit der Selvedge-Run-Community fördert die Igedo Company die gewohnten Stärken der Marken und bietet gleichzeitig eine entspannte Atmosphäre für individuelle Beratung mit persönlichem Flair. „Come Together and Chill Out“ – so lautet das neue Konzept. Auch die allbekannte Gallery Shoes geht mit „Shoes Düsseldorf“ neu ins Rennen und erweitert die Order ab März 2022 mit spannenden Vorträgen renommierter Fashion-Expert:innen und Branchen-Insider:innen.

FASHN ROOMS 27. – 31. Januar 2022

SHOES DÜSSELDORF 06. – 08. März 2022



3 FRAGEN AN ... Ulrike Kähler

1. Welche Bedeutung haben Modemessen und Orderplattformen für Sie in der heutigen Zeit?

Von den Anfängen der einst weltweit größten Modemesse Igedo bis zur Gallery und den neuen Formaten Fashn Rooms/ SHOES Düsseldorf heute – die Order am Standort Düsseldorf ist tief in der Modehistorie Deutschlands verankert. Ich bin sehr froh über die Treue unserer Aussteller:innen und Kund:innen, um Zahlen allein geht es mir bei den Messen jedoch schon lange nicht mehr. Der neue Name Fashn Rooms ist Programm – ich möchte im wahrsten Sinne neue Räume eröffnen, kreativ denken und neben der Order einen Ort zum Netzwerken für Agenturen, Showroom-Betreiber:innen und Einkäufer:innen bieten. Darum geht es! Zeitgeist! Raus aus der Konvention!

2. Was muss im Januar/Februar 2022 passieren, damit Sie sagen „Die DFD waren erfolgreich“?

Die Düsseldorf Fashion Days sind dann erfolgreich, wenn sie besucht und wahrgenommen werden. Dabei geht es am Ende aber nicht um volle Orderbücher – es geht um Emotionen. Viel zu oft interessieren uns Nebenschauplätze und andere Orderstandorte. Dabei vergessen wir oft, was unsere Homebase Düsseldorf – der Modestandort in Deutschland – zu bieten hat. Dazu ist eine starke Zusammenarbeit mit allen Akteur:innen entscheidend. Mode in Düsseldorf lebt und ist unser größtes Kapital.

3. Ihr schönster Moment auf der Messe?

Nach 35 Jahren in der Messebranche war mein Aha-Moment der Umzug auf das Areal Böhler. Diese Location hat mich tief beeindruckt und zu sehen, wie diese weitläufige Fläche zu den Ordertagen mit Leben gefüllt wird, berührt mich noch immer sehr. Als sich in Zeiten Coronas im August 2020 und 2021 morgens sogar Schlangen vor den Messerräumen der SHOES bildeten, war dies eine ganz besonders schöne Überraschung.



ABOUT

Ulrike Kähler, Managing Director Igedo Company & Project Director Fashn Rooms und SHOES Düsseldorf

ISLAND OF LIFE AND STYLE



Apple
Breuninger
Confiserie Breuninger
Eduard's by Breuninger
Graf von Faber-Castell
JOOP!
Miele
Palio Poccino
Poccino Espresso Bar
Porsche Design
Juwelier Rüschenbeck
Sansibar by Breuninger
Tumi
Unique
Windsor

by Daniel Libeskind



KÖ-BOGEN
DÜSSELDORF | KÖNIGSALLEE

Book your tour: www.koebogen.info



Foto: @sheme

LABELS

to watch

FASHION PEOPLE, (NEWCOMER) BRANDS, ORDERZENTREN UND CONCEPT STORES, DIE UNS JETZT INSPIRIEREN.

„Wenn ich meine High Heels trage, fühle ich mich elegant und schön – ein bisschen wie ein Supermodel“ – Business-Woman und Schuhfanatikerin Linda Liu ist Gründerin des Luxus-Schuh-Labels „sheme“. Gegründet wurde die Marke im Jahr 2008 mit Fokus auf den chinesischen Markt. Ziel ist es, weltweit zu expandieren. In den vergangenen Jahren entwickelte sie ihre Marke erfolgreich weiter und recherchierte nach den besten Materialien, ausgezeichneten Designer:innen und renommierten Schuhhandwerker:innen. Das Ergebnis: exquisite Designs in hoher Qualität, die in Peking, Shanghai und Chengdu ein echter Erfolg sind. In Düsseldorf eröffnete jetzt der erste und einzige Showroom in Deutschland, der bereits den Geschmack zahlreicher Kund:innen getroffen hat. www.sheme.eu

ALL EYES ON EUROMODA

Das Euromoda Fashion-Business-Center in Neuss begrüßt seit Dezember 2021, auf ca. 1000 Quadratmetern modernsten ausgebauten Showroomflächen, eine neue Mietergruppe (DOB, HAKA, KOB) aus einem benachbarten Düsseldorfer Fashion District. Mit dem Umzug von Düsseldorf nach Neuss, geht ein zusätzliches Trading Up des Euromoda zur weiteren Attraktivitätssteigerung einher. Folgende Firmen und Marken präsentieren ihre neuen Kollektionen H/W 2022 am lichtdurchfluteten Atrium im Euromoda:

- H. Obermeyer GmbH & Co. KG (Blue Seven)
- Heinrich Nickel GmbH & Co. KG (Outburst, Blue Flame, Crossfield, bodytide)
- Hegler Fashion GmbH & Co. KG (Hegler, Lea H., VI AI PI, Lea H. Curve)
- HS Hans Schäfer Mode GmbH (NAVIGAZIONE)
- Textil Karntner GmbH & Co. KG (M.X.O, Gabriella K., Marinello, M.X.O men)
- TIMEZONE GmbH (TIMEZONE)

Mit dem Einzug dieser Anbieter wird das im Euromoda bereits bestehende Markenangebot mit marktrelevanten Orderlabels entscheidend weiterentwickelt. Bereits heute sind die Euromoda Ordersparten u. a. in den Bereichen Damenmoden, Linerie/Wäsche, Sport Fashion/Bademoden, Outdoor/Schuhe,



Fotos: ©Euromoda

Baby- u. Kindermoden weit über die Grenzen von NRW hinaus bekannt. Zusammen mit über 200 Pronto Moda-Mietern, bietet Deutschlands größtes Modecenter auf 100.000 Quadratmetern eine einzigartige Modekompetenz im Großraum Düsseldorf-Neuss!

www.euromoda-neuss.de



EUROMODA
Centermanager
Dirk Peter Goeldner

LOLA CLOTHING



Foto: © Lola Clothing

Das Düsseldorfer Newcomer-Label Lola Clothing setzt auf edle Unisex Sweater in Fun-Farben. Alle Produkte sind aus 100 % Baumwolle, kommen aus nachhaltigen Produktionen in Frankreich und Portugal und überzeugen durch eine besonders hochwertige Qualität. Kein Wunder, die beiden Gründer Boris und Nikita haben knapp 30 Jahre Erfahrung in der Modebranche.

www.lolaclo.com | [@lolaclo_](https://www.instagram.com/lolaclo_)



Fotos: © VIVAL.STUDIO // Matthias Mehring

VIVAL.STUDIO

Das junge Label VIVAL.STUDIO wurde 2020 von Kathrin Bommann gegründet und transportiert das Gefühl, welches die Bloggerin mit Mode verbindet. Schon immer verstand sie diese als ein Mittel, sich selbst auszudrücken, und entwickelte einen unangestregten Stil, der schlichte Silhouetten mit besonderen Details und hochwertigen Materialien verbindet.

www.vivalstudio.com | [@viva_la_wow](https://www.instagram.com/viva_la_wow)

ABOUT

Evelyn Hammerström ist seit vielen Jahren eine der international führenden Expertinnen für Modetrends. In ihrem Store Jades gibt es von Denim über Luxuslabels alles, was das Fashion-Herz begehrt.
www.jades24.com

Foto: © privat



Was muss eine starke Kollektion jetzt bieten?

Wir bei Jades setzen auf zeitlose Basics, die individuell kombiniert werden können. Denim, Boots + Blazer gehen immer!

Ihre 3 guten Wünsche für die Branche:

*Ich habe bloß einen:
Keinen Lockdown!*

Was haben Sie aus 20/21 gelernt?

Nothing ist selbstverständlich. Eine gesunde Portion Demut tut allen gut. Mensch sein!

Wie blicken Sie in die neue Saison?

Ich bin einfach sehr optimistisch und gehe konzentriert in die Saison.

Was lieben Sie an der Modestadt Düsseldorf?

Dass sie international und weltoffen auftritt und immer offen für Neues ist - so wie Jades!

Die Mode im Winter 22/23 wird

Farbenfroh und sehr föhlich! Angezogen und trotzdem lässig - einfach cool.

Ihr Must-have der Saison?

Ich habe mehrere. Highwaist Jeans, chunky Boots und ein schönes oversized Plazer.

Ihr Lieblingsplatz in Düsseldorf?

Düsseldorf hat so viele schöne Ecken. Das Riva und The Paradise Now sind derzeit meine favorite Places.

QUICK QUOTES



Foto: © BRAX

ABOUT

„Gut aufgestellte Marken können jede Krise meistern“, sagt **Marc Freyberg**, Geschäftsführer des Modeimperiums **BRAX**.
www.brax.com

QUICK QUOTES

Was muss eine starke Kollektion jetzt bieten?

Neben dem modischen Anspruch vor allem Lieferfähigkeit.

Ihre 3 guten Wünsche für die Branche:

Positivität, Individualität und keinen Lockdown.

Was haben Sie aus 20/21 gelernt?

Gut aufgestellte Marken können jede Krise meistern.

Wie blicken Sie in die neue Saison?

Mit einer sehr positiven Erwartungshaltung nach einer sehr guten HW Saison 2021.

Was lieben Sie an der Modestadt Düsseldorf?

Den Rhein, die konzentrierte Arbeitsatmosphäre

Die Mode im Winter 22/23 wird

Tendenzuell monochromer mit entspannten Silhouetten

Ihr Must-have der Saison?

Straight fit Denim

Ihr Lieblingsplatz in Düsseldorf?

Promenade am Rhein



Foto: v.l.n.r.: Kati Fromm & Wiebke Schilbock, © Delicatelove

WANNA

LOOK

PENG?

DELICATE LOVE

Dann ist das Premiümlabel Delicatelove aus Düsseldorf ein Volltreffer! Einzigartige Muster, kräftige Farben und hochwertige Materialien verbinden sich in Perfektion zu besonderen Strick-Styles und außergewöhnlichen Kleidern, Blusen, Hosen und Röcken. Ergänzt wird der Look um Accessoires und Premium-Yogawear.

Laut, bunt, unkonventionell und mutig setzt Delicatelove auf gekonnte Stilbrüche und Print-Clashing. Brav war gestern, heute drehen wir die Musik auf und lassen es Konfetti und Glitzer regnen! Mit wildem Leoprint, Blitzen, Zebrastrifen oder extravaganter Ikatmuster ziehen echte Statement-Pieces in den Kleiderschrank ein.

Alle stammen, vom Schnitt bis zum Print, aus der kreativen Feder des Delicatelove-Duos. Wiebke Schilbock und Annekatrin (kurz Kati) Fromm sind Unternehmenspartnerinnen, aber viel entscheidender: Freundinnen. Wiebke, der Kopf, steuert Vertrieb und Marketing. Kati, das Herz, ist die Ideengeberin für das Design. Gemeinsam kreieren sie eine Kollektion mit einer eigenen DNA, die ihre persönliche Handschrift trägt. Die Styles sind stets facettenreich und wandelbar: Kleine Spielereien und liebevolle Details verleihen jedem Stück eine ganz eigene Raffinesse. Die Materialien – von weicher Wolle über exklusive Mischgewebe bis hin zu Cashmere und Seide – sind dabei zum Verlieben. Die Delicatelove-Kreationen sind individuelle Lieblingsbegleiter – waghalsig und spielerisch vereinen die Designs Gegensätze und erschaffen spannende Looks mit persönlicher Note. Aufregender Animalprint zu Blockstreifen, die brave Schluppenbluse kombiniert mit rockiger Lederleggings oder schimmernde Cardigans mit Lurex-Garn zu körpernaher Yogapants? Erlaubt ist, was gefällt!

www.delicatelove.com



*knitted in
Germany*

MARCCAIN

www.marc-cain.com



Foto: © Margittes

ABOUT

Margitte Schweden setzt als Geschäftsführerin ihrer Modemarke **Margittes** auf Sustainability und Colour Clashing.
www.margittes.de

Was muss eine starke Kollektion jetzt bieten?

Modulare Mode, sustainability und responsibility: wir tragen Verantwortung für das Produkt und dessen Herkunft. Deshalb produzieren wir in Europa.

Ihre 3 guten Wünsche für die Branche:

- positives Denken und Handeln
- enge Kundenbindung
- superschöne Kollektionen

Was haben Sie aus 20/21 gelernt?

- Gespür für die Sensibilität des Marktes
- Qualität, nicht Quantität ist wichtig

Wie blicken Sie in die neue Saison?

-mit ganz viel Optimismus und Konzentration auf schöne und besondere Fashion-Ideen.

Was lieben Sie an der Modestadt Düsseldorf?

Ich liebe die große Kundentrequenz und die Prägnanz der wichtigsten Modetrends

Die Mode im Winter 22/23 wird

ein Feuerwerk an schönen hochwertigen Qualitäten mit liebevoll kreierten, besonderen Schnitten und attraktiven Farbstrassen für ein positives Lebensgefühl

Ihr Must-have der Saison?

Cropped tops, als Jacke oder als smart casual piece mit Rolli drunter in Knallfarben
- das sind die heimlichen Stars.

Ihr Lieblingsplatz in Düsseldorf?

Oberkassel und die vielen guten Restaurants



Foto: © Alte Giesserei Igel

800 M² INSPIRATION

Ein stylisches Industrial Loft mit riesigen Fensterfronten im Herzen von Erkrath ist eine der ersten Anlaufstellen für die angesagteste Mode, ausgefallene Wohnaccessoires und Möbel mit Scandi-Vibe. Auf rund 800 m², inmitten einer grünbewachsenen Idylle und in unmittelbarer Nachbarschaft zu Düsseldorf, bezieht der Concept Store Alte Giesserei Igel sein Quartier. Aus dem ehemaligen Showroom-Konzept, das vor rund 25 Jahren von Detlef Igel gegründet wurde, entstand ein renommierter Concept Store mit einer Vielzahl namhafter Mode- und Interieur-Marken, sorgfältig kuratiert und vor allem eins: angesagt-minimalistisch, stylisch und ultra instagrammable. In der Alten Giesserei finden Interieur-Fans, Lieberhaber:innen schöner, besonderer Mode und Scandi-Lovers alles, was das Herz begehrt. Neben dem Hauptpartner Drykorn, Denim-Label Agolde und Copenhagen Studios, der derzeit wohl angesagtesten Brand für stylische Winter-Boots, reihen sich auch kleinere ortsansässige Labels wie Lola Clothing, Wuud und Oskar in das breit gefächerte Sortiment ein. Ganz neu und eines ihrer Highlights ist aktuell die Möbel- und Wohnaccessoirewelt von Hay in Kombination mit Lampen von Louis Poulsen oder Sidetables und Pflanztöpfen von Ferm Living.

www.alte-giesserei-igel.de | [@alte_giesserei_igel](https://www.instagram.com/alte_giesserei_igel)



SUPREME

INTERNATIONALER MODE HOTSPOT IN DÜSSELDORF

Text: Mara Werdin

Fashion, Shoes und Accessoires, soweit das Auge reicht: 750 Labels in nur drei Tagen. Mit gehobener Lässigkeit, internationaler Präsenz und einer Prise Raffinesse präsentiert die Messe Supreme Women&Men die neuesten Kollektionen angesagter Brands in der Modehauptstadt Düsseldorf. Vom 28. – 31. Januar 2022 bietet die Orderplattform Top-Einkäufer:innen eine breit gefächerte Auswahl an exklusiven Marken der DOB und HAKA sowie ausgewählten Accessoires und Schuhen. Wo? Wie gewohnt im B1, auf dem Bennigsen-Platz.

Auf drei Etagen stellen neben renommierten Highlight-Brands wie MaxMara auch aufstrebende Newcomer wie Emme oder JNBY sowie die italienischen Labels Tonet und Moncreal ihre Kollektionen vor. Zahlreiche Modeagenturen und Showrooms der Kaiserswerther Straße sind ebenfalls vertreten.

Die Supreme ist vielfältig und vor allem eins: international. Hier kommen Marken und Einkäufer:innen aus aller Welt zusammen. Düsseldorf tritt dabei souverän als Standort des deutschen Modemarkts auf, der stetig weiterwächst. Im Anschluss an eine erfolgreiche Order finden Händler:innen in der „Supreme Homepage“ am Karl-Arnold-Platz einen Ort zum Plaudern und Netzwerken innerhalb der Branche.

3 FRAGEN AN ... Aline Müller-Schade

1. Welche Bedeutung haben Modemessen und Orderplattformen für Sie in der heutigen Zeit?

Die Messe lebt von Begegnungen. Der persönliche und aktive Austausch ist für unsere Branche und die Order essenziell. Trotz der zunehmend wachsenden Digitalisierung ist die Beratung zwischen Marke und Einzelhandel und später zwischen Einzelhandel und Kunde ausschlaggebend, um erfolgreich zu agieren. Die hohe Bedeutung unserer Orderplattformen spiegelt sich in unserem Buchungsstand wider: Wir sind seit November in Düsseldorf und München komplett ausgebucht. Für die Hersteller und Agenturen sind unsere Plattformen unersetzlich und es gibt keine schönere Bestätigung für uns.

2. Was muss im Januar/Februar 2022 passieren, damit Sie sagen „Die DFD waren erfolgreich“?

Bereits in der vergangenen Saison haben die Düsseldorf Fashion Days bereits stark und erfolgreich Flagge gezeigt. Auf dieser Steilvorlage wollen wir jetzt aufbauen. Konzepte werden Schritt für Schritt optimiert, um schlussendlich unsere Ziele und Visionen erreichen zu können. Das geschieht nicht von heute auf morgen. Dazu sind eine starke Zusammenarbeit und Kohärenz mit allen Akteur:innenausschlaggebend. Das macht die DFD so einzigartig und besonders. Wir freuen uns, daran mitwirken zu dürfen.

3. Ihr schönster Moment auf der Supreme?

Besonders war für mich das Zusammentreffen mit Theresa Winkels, Leiterin des Wirtschaftsförderungsamtes, und Dr. Michael Rauterkus als Beigeordneter der Stadt Düsseldorf. Inszeniert von Angelika Firnrrohr war dieser tolle Austausch geprägt durch viel Empathie und Unterstützung – das hat mich sehr berührt.



ABOUT

Aline Müller-Schade,
Geschäftsführerin munichfashion
company GmbH/The Supreme Group.





Foto: © H. Riahi

vlnr: Katja Riese (Firmenbetreuung Großunternehmen, Wirtschaftsförderung Düsseldorf), Theresa Winkels (Amtsleitung Wirtschaftsförderung Düsseldorf), Olaf Wulf (AMD Gründer), Claudia Ebert-Hesse (AMD Fashionschool), Christine Kubatta (AMD Standortleitung)

DIE AMD AKADEMIE FÜR MODE UND DESIGN STELLT SICH MIT NEUEN PROJEKTEN UND STUDIENGÄNGEN FÜR DIE ZUKUNFT AUF. WIR HABEN BEI AMD GRÜNDER OLAF WULF NACHGEFRAGT.

Was genau plant der AMD Standort in Düsseldorf im nächsten Jahr?

Nach 25 Jahren als Fashionschool am Düsseldorfer Standort mit Studiengängen wie Modedesign, Mode & Designmanagement, Fashion Journalism & Communication erweitern wir das Studiengangs-Cluster um eine vollwertige Designschool. Seit Herbst 2021 bieten wir die Bachelorstudiengänge Interior Design, Produkt Design sowie Marken- & Kommunikationsdesign an. In Hamburg konnten wir diese bereits erfolgreich etablieren und freuen uns über den erfolgreichen Start in Düsseldorf.

Was ist Ihre Vision für den Standort und die Studierenden?

Studierende erwartet ein aufwendig saniertes Gebäude, das unter Denkmalschutz steht und einen sehr inspirierenden, architektonischen Rahmen liefert. Parallel fördern wir mit dem neuen Pioneer Lab Gründer:innen rund um das Thema Mode & Design. Bisher verfügt das Lab über vier vollausgestattete Gründerbüros. 2022 wird der AMD CUBE mit weiteren Arbeitsplätzen für die Gründer- und Start-up-Szene dazukommen. Neben einer kreativen Coworking-Atmosphäre können die einzelnen Nutzer:innen sowie unsere Student:innen zukünftig auf den Fashion & Design Maker Space zugreifen – einer Werkstatt mit Spezialmaschinen und einem Tech-Lab für die virtuelle Produktentwicklung. Ich sehe die AMD in Zukunft als die führende, privatwirtschaftlich betriebene Gestaltungshochschule in NRW.

Wie verbindet sich Ihre Idee von Fashion Hub mit der Modestadt Düsseldorf?

Wir werden die AMD Düsseldorf in den nächsten Jahren zu einem Inkubator und Vermittler zwischen der Mode- und Designbranche sowie der Hochschule entwickeln. Durch den

Schulterschluss mit der Wirtschaftsförderung Düsseldorf sehe ich große Chancen auf eine erfolgreiche Manifestierung unserer Visionen. Die AMD soll die erste Anlaufstelle für den Austausch zwischen Markt und Nachwuchs werden.

Über welche Effekte freuen Sie sich an der AMD? Wie ist Ihre Erwartungshaltung?

Ich freue mich, dass sich die AMD durch ihre innovativen Studiengänge zu einem relevanten Partner für die Branche entwickelt hat. Mit fünf Standorten in Deutschland und unserem Partnerunternehmen Ecosign, der führenden Akademie für Nachhaltigkeit, können wir die Zukunft ernsthaft mitgestalten. In diesem Jahr konnten wir dazu noch eine Kooperation mit Alvanon beginnen – ein global agierendes Unternehmen, das auf Grundlage von 3D Digital Design die Alvanon Body Platform (ABP) entwickelt hat. In unserem Campus in Düsseldorf stehen neben diversen physischen Büsten auch 3D-Scanner mit der entsprechenden Software, um 3D-Echtmaß-Avatare generieren zu können. Zukünftig sollen unsere Student:innen ihre Design- oder Kollektionsentwicklungen auf Basis ihrer eigenen 3D-Echtmaß-Avatare entwerfen, denn dieses Thema wird die Branche in den nächsten Jahren erheblich beeinflussen.

Sie gehen von einem großen Interesse aus. An wen dürfen sich Interessierte wenden?

Bitte direkt per Email an duesseldorf@amdnet.de. Anlässlich der Düsseldorf Fashion Days werden wir unsere Hochschule öffnen und Interessierte einladen, das Alvanon Fit Studio in der AMD persönlich kennenzulernen und somit einen Blick in die Zukunft der Modeentwicklung zu werfen.

www.amdnet.de

Fall Winter 22

ACO
MODEAGENTUR

actitude twinset
alessia santi
attic & barn
borbonese
ebony&ivory
elisabetta franchi
just cavalli
kendall + kylie
maliparmi

momoni
nenette
oofwear
parosh
pinko
quantum courage
twinset milano
twinset lingerie

new entry:
borsalino
liviana conti



acomodeagenturdeutschland

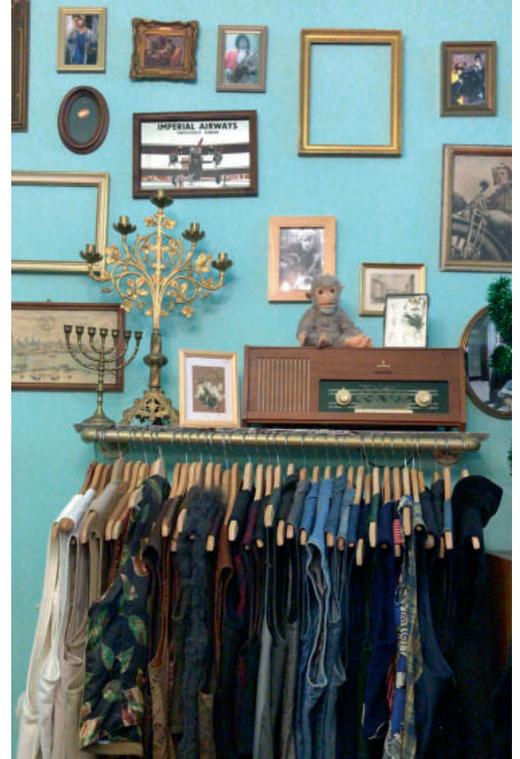


acomodeagentur

ACO Modeagentur | Georg-Glock-Str. 8
40474 Düsseldorf | Phone: +49(0)211 5425630
www.acomode.de | kontakt@acomode.de

INNENSTADT *handpicked*

SHOPPING & ART, DINING & DRINKS VOM CARLSPLATZ BIS ZUR KÖ – HIER KOMMEN UNSERE AUSGESUCHTEN ADRESSEN FÜR EINEN PERFEKTEN TAG IM HERZEN DÜSSELDORFS.



1

*Rosalie's
Deli*

3



*Stylische
Fundstücke*



2

1_THE MINTAGE

We love Vintage! Die beste Auswahl der Stadt gibt es bei The Mintage mitten in der Altstadt. Eine wohl kuratierte Fashionreise in vergangene Stil-Jahrzehnte, die einfach nur happy macht.

Wallstraße 27
40213 Düsseldorf

@the_mintage

2_SELEKTEUR

Zeitloses trifft auf auf Manufaktur-Ware: Das Sortiment des Concept Stores reicht von Wohnaccessoires über hochwertige Bekleidung bis zu Bio-kosmetik – made in Europe.

Hohe Str. 6
40213 Düsseldorf

@selekteur



4

3_ROSALIE'S

Das Deli in bester Shopping-Lage verwöhnt den ganzen Tag über mit All-Day-Breakfast, Kaffee & Kuchen, Bar-Food und einer exklusiven Champagner-sowie Weinauswahl.

Königsallee 1-9
40212 Düsseldorf

@rosaliesdeli

4_THREE LITTLE BIRDS

Biergarten with a view: An der Rheinterrasse gibt es Open-Air-Kaltgetränke, Foodtrucks und Vino vom Sommelier. Im Winter auch Glühwein. Den Traumblick auf den Rhein gibt es gratis dazu.

Robert-Lehr-Ufer 2
40474 Düsseldorf

@threelittlebirds.bar

5_LAURA'S DELI

Hier bekommt man von Home-made Salad Bowls, Wraps & Bagels, über Kaffee und Sweets bis hin zum Superfood-Smoothie, alles was eine gesunde Ernährung ausmacht.

Carlsplatz 1
40213 Düsseldorf

@laurasdeli



5



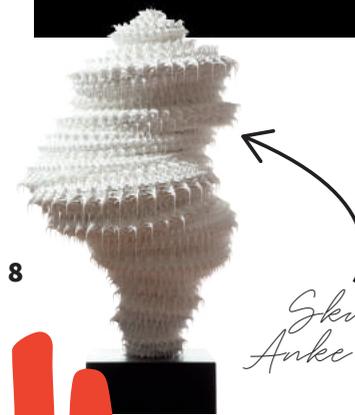
6



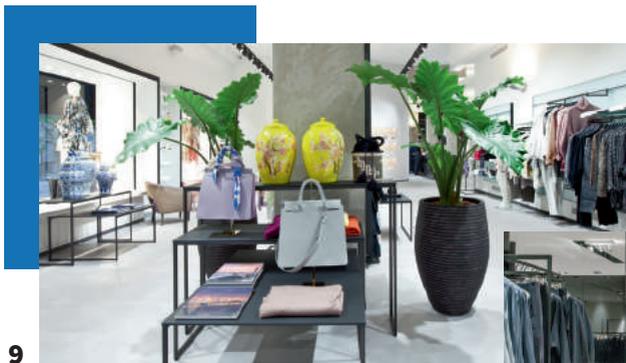
8



7



*Skulptur von
Anke Eilingerhard*



9



10

6_GRANDE ÉTOILE

Speisen wie in den goldenen 20ern. Neben Fine Dining auf höchstem Niveau laden die perfekten Drinks zu einem gepflegten Dinner in Séparées oder der Kamin-Lounge ein.

Bastionstraße 16
40213 Düsseldorf

📍 @grande_etoile_carlstadt

7_KUNSTPALAST

Electro. Von Kraftwerk bis Techno: Erstmals stellt ein Museum in Deutschland die über 100-jährige Geschichte elektronischer Musik in Verbindung zur Kunst so umfangreich dar. Bis 15. Mai 2022!

Ehrenhof 4-5
40479 Düsseldorf

📍 @kunstpalast

8_GALERIE ANNA LAUDEL

Kunstfreunde, aufgepasst! Noch bis zum 12. Februar 2022 zeigt die Galerie Anna Laudel die Ausstellung ‚Hysterische Balance‘ der in Berlin lebenden Künstlerin Anke Eilingerhard.

Mühlenstraße 1
40213 Düsseldorf

📍 @annalaudel.gallery

9_JADES

Die Anlaufstelle, wenn es um Fashion Trends und Luxury Brands geht, ist und bleibt Jades. In gleich zwei Stores gibt es ein Best of Womens- und Menswear.

Breite Str. 1/
Heinrich-Heine-Allee 53
40213 Düsseldorf

📍 @jadesinside

10_MILIAN

Das Konzept von Milian by Annette Görtz auf der Königsallee: Die eigenen Kollektionen werden mit internationaler Avantgarde von Dries van Noten bis Issey Miyake unterfüttert.

Königsallee 33
40212 Düsseldorf

📍 @milian_store

MEDIENHAFEN

handpicked

NOT TO BE MISSED: RUND UM DIE HÜBSCHE LORETTO-STRASSE FINDET IHR UNSERE GASTRO UND SHOPPING HIGHLIGHTS AM MEDIENHAFEN UND IN UNTERBILK.



1

*One day
(and night)
in paradise*



2

*Lovely
Food*

1_LIVE LAB STUDIOS

Ein Must-visit: Düsseldorfs spektakulärer Concept Store und Open Space für nachhaltiges Design an der Schnittstelle von Mode, Kunst und Interior.

Fürstenwall 66

40219 Düsseldorf

@livelabstudios

2_UNSLÜÜ

Herzhaft gutes Essen, feine Weine, entspanntes Miteinander: Im Uns Lüü trifft nachbarschaftliche Atmosphäre auf kreative Küche und ehrliche Tischkultur.

Kronprinzenstraße 52

40217 Düsseldorf

www.unslueue-restaurant.de

3_THE PARADISE NOW

Bar, Restaurant, Club und Bistro: The Paradise Now ist ein stylischer Sehnsuchtsort für Freund:innen exotischer Drinks und mediterranem Essen. Die hippe Adresse der Stadt.

Hammer Str. 27

40219 Düsseldorf

@theparadise.now

4_THE BIRD WHO TOLD

Im coolen Concept Store für Grafik & Design finden Designfans, Liebhaber:innen schöner, besonderer Dinge und Scandi-Style-Lovers alles, was ihr Herz begehrt.

Düsselstraße 52

40219 Düsseldorf

@thebirdwhotold_



4

5_K

Gastronomisches Wohnzimmer des Viertels: Das lässige Restaurant-Café K mit Bar und Industrieflair serviert moderne deutsche und internationale Gerichte.

Wilhelm-Tell-Straße 1a

40219 Düsseldorf

@k_restaurant_unterbilk



Favourite View



5



Coffee spot

7



9

Greek Food



Cucina italiana

6



8



10

6_IMERIO

Bella Italia kreativ: Köstliche italienische Küche mit Einfallreichtum und Leidenschaft serviert das Imerio in einem stylisch-eleganten Ambiente.

Lorettostraße 12
40219 Düsseldorf
www.imerio.de

7_GREGER CAFÉ

Coffee Addicts aufgepasst! Leckeren Kaffeespezialitäten, perfektes Frühstück und kleine Leckereien gibt es im charmanten Greger Café im Herzen des Medienhafens.

Erfstraße 1
40219 Düsseldorf
@greger.cafe

8_HAMMERMANN

In ihrem kreativen Concept Store verbindet Karin Hammermann ausgesuchte Designerkleidung mit Accessoires, Lifestyle-Produkten und hübschen Geschenkideen.

Lorettostraße 15
40219 Düsseldorf
@hammermann_conceptstore

9_TASTE GREECE

Griechische Delikatessen und ausgesuchte Weine versteckt in lässigster Hinterhofatmosphäre machen bei Taste Greece Lust auf einen kulinarischen Trip in den Süden.

Volmerswerther Str. 21
40221 Düsseldorf
@tastegreece

10_QOMO

Dinner & Drinks mit einem atemberaubenden 360-Grad-Blick über Düsseldorf gibt es in diesem stylischen Asian Fusion Restaurant. Unbedingt die Cocktails probieren!

Stromstraße 20
40221 Düsseldorf
@qomo_restaurant

OBERKASSEL

handpicked

WIR LIEBEN OBERKASSEL. NEBEN GLAMOUR UND GASTRONOMIE AUF HÖCHSTEM NIVEAU HAT DIE LINKE RHEINSEITE VIELE SPANNENDE INSIDER-SPOTS ZU BIETEN.



1



Glutenfreie Törtchen



2

1_LES HALLES

In einem ehemaligen Schwimmbad auf dem Areal Böhler wurde die Düsseldorfer Kult-Location Les Halles zu neuem Leben erweckt. Neben Mittagsgereichten und Dinner à la carte beeindruckt vor allem die Bar.

Hansaallee 321
40549 Düsseldorf

📱 @leshallesduesseldorf

2_JULIA STOSCHEK COLLECTION

In einer ehemaligen Fabrik residiert eine der weltweit größten Privatsammlungen für zeitbasierte Medienkunst mit Werken von Nam June Paik und Marina Abramović.

Schanzenstraße 54
40549 Düsseldorf

📱 @juliastoschekcollection



3

3_ISABELLA PATISSERIE

Die Patisserie serviert glutenfreie Köstlichkeiten wie Törtchen, feinste Quiches und kreative Backwaren – mit viel Liebe zubereitet, überwiegend laktosefrei und teilweise vegan.

Arnulfstraße 4
40545 Düsseldorf

📱 @isabellagutenfreiepatisserie



4

4_QNOOTSCH

Ob Interieur, Accessoires, Kosmetik oder Papeterie – der Concept Store vereint schöne und nachhaltige Produkte für die ganze Familie unter einem Dach.

Luegallee 43
40545 Düsseldorf

📱 @qnootsch

5_MOMANIA

Das Momania ist nicht nur ein klassisches Café, sondern ein süßer und detailverliebter Concept Store. Hier trifft Nostalgie auf Frühstückskultur und versetzt uns in eine andere Zeit.

Drakestraße 2
40545 Düsseldorf

📱 @cafe_momania

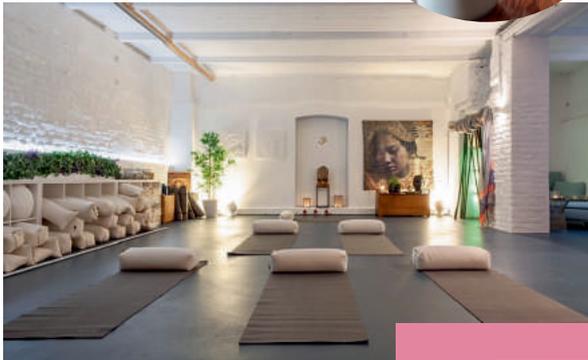


5



6

Lobby Love



7

8



9



10

Sustainable Fashion

6_ME AND ALL

Pole Position in Oberkassel: Das brandneue me and all Hotel verfügt über 249 Zimmer mit kunstvollen Bädern, intelligentem Raumdesign und good vibes only!

Hansaallee 1a
40549 Düsseldorf

📱 @meandallhotels

7_PALMHOUSE YOGA

Oberkassels schönstes Yoga-studio befindet sich in einem palmenbewachsenden Innenhof. Ein holistischer Ort der Ruhe, der gleichzeitig alle Sinne anspricht.

Luegallee 37b
40545 Düsseldorf

📱 @palmhouseyoga

8_THE BESPOKER

Maßgeschneiderte Anzüge, Herrenaccessoires und Interior-Objekte gibt es bei The Bespoker. Und ganz neu eröffnet und gleich gegenüber: Hidden Row, das Pendant für Frauen.

Wildenbruchstraße 41
40545 Düsseldorf

📱 @thebespoker

10_GLORE

Nach dem Motto „be green in any color you like“ setzt Glore auf eine komplett nachhaltige Auswahl an coolen Sneakern & Jeans, Fairfashion und hübschen Accessoires.

Luegallee 53
40545 Düsseldorf

📱 @glore_duesseldorf

9_TUXEDO

Kleider, die nicht jeder hat, Trends, die nicht jeder führt: Bei Tuxedo wartet eine individuelle Auswahl an Designermode, Wohnaccessoires und Duftkerzen auf Fashionistas.

Cheruskerstraße 67a
40545 Düsseldorf

📱 tuxedo_style

VITE ENVOGUE



GEBRAUCHT GEKAUFT *neu geliebt*

ALLE WOLLEN VINTAGE. BREUNINGER HAT DIESEN TREND ERKANNT UND IN DÜSSELDORF SCHON UMGESETZT. REVERSE RETAIL IST DAS NEUE ZAUBERWORT.



Andreas Rebbelmund

Text: Alex Iwan

Nicht nur Breuninger, sondern auch die Kering Group mit Marken wie Gucci und Saint Laurent, nimmt Geld in die Hand, um diesen neuen, alten Markt zu erobern. Derzeit macht Secondhand nur etwa zwei Prozent des Modemarktes aus, laut BSG könnte das um das 10-fache steigen. Wir haben bei Andreas Rebbelmund, Geschäftsführer Breuninger Düsseldorf, nachgefragt.

Nehmen die Kunden das gewagte Experiment an?

Zunächst einmal sehen wir es nicht als Experiment, sondern als wichtigen Teil des sich verändernden Shopping-Verhaltens und -Erlebnisses. Breuninger setzt sich für einen nachhaltigen und verantwortungsvollen Konsum von Mode ein – mit einer umfassenden und verbindlichen Corporate Responsibility-Strategie haben wir bereits im vergangenen Jahr die Weichen für eine noch nachhaltigere Zukunft gestellt.

Secondhand hatte früher ein wenig charmantes Image, der Gedanke der Mehrfachverwertung zur Ressourcenschonung hat sich erst im Zuge der Nachhaltigkeitsbewegung der letzten Jahre entwickelt und zunehmend etabliert. Heute steht Vintage vor allem für hochwertige, gepflegte (Luxus-)Produkte, die in ihrer Langlebigkeit eine besondere, attraktive Patina bilden oder Sammlerwert entwickelt haben.

Reverse Retail ist das neue Zauberwort – welche Vorteile hat das Modell?

Hinter Reverse Retail verbergen sich die beiden Unternehmen Buddy&Selly (Ankauf) und ViteEnVogue (Verkauf). Die Kooperation mit Reverse Retail ist eine Win-Win-Situation für alle Beteiligten: Unsere Kund:innen können ihre gut erhaltene Designerbekleidung und Luxus-Accessoires den Buddy&

Selly-Mitarbeiter:innen in unserem Kundenservice bringen, die Artikel bewerten lassen und verkaufen. Im Falle eines erfolgreichen Ankaufs durch Buddy&Selly wird ein Breuninger Shopping-Gutschein in Höhe der Ankaufssumme ausgestellt.

Welchen Kundenkreis spricht Breuninger an? Secondhand-Plattformen werden ja meist von jüngeren Konsument:innen genutzt.

Das Angebot richtet sich an alle Kundengruppen, die eine hohe Affinität für Luxus- und Designermode haben; alterstechnisch sind keine Grenzen gesetzt.

Secondhand macht derzeit nur etwa zwei Prozent des Modemarktes aus. Laut BSC könnte es um 20 Prozent wachsen. Wie bereitet Breuninger sich darauf vor?

Die Resonanz auf das Secondhand-Angebot im Premium-Bereich ist aktuell durchgehend sehr positiv, deshalb baut Breuninger sukzessive auch das Angebot in den Department Stores aus. Neben diversen ViteEnVogue-Pop-up-Flächen in anderen Städten, bietet der Flagship Store in Düsseldorf eine zeitlich unbegrenzte Ankaufsoption via Buddy&Selly an.

Bereiten Sie auch die Kleidung auf? Wie muss man sich das konkret vorstellen?

Ange- und verkauft werden sowohl Designer-Bekleidung als auch Luxus-Accessoires. Jedes Einzelstück wird auf seine Echtheit und Qualität vom erfahrenen Buddy&Selly-Ankaufsteam geprüft und entsprechend bewertet. Die Ankäufer:innen werden regelmäßig geschult, um den Qualitätsstandard fortwährend zu garantieren.

www.breuninger.de

Fashion FORECAST

HW 22/23

Back to Life. Back to New Reality. Die Kollektionen für H/W 22/23 setzen auf starke Looks, scharfe Silhouetten und expressive Details. Ein Eskapismus in die Extreme, in hysterische Farben und in hedonistische Stylings zwischen Retro-Craft und Zukunftsvisionen. Eine Saison voller Dynamik und Drive.

Editor's Picks: Karolina Landowski



EMOTION

Heal your soul. Heal your mind. The new simplicity als Therapie. Inner Peace als wichtigste Haltung für H/W 22/23. Es geht um Entschleunigung und Erdung. Komfort und Wellbeing. Softness trifft auf Rawness. Zeitlose Essentials werden Ton-in-Ton mit handwerklichen, rauhen und natürlichen Details veredelt.





EXCENTRIC
Farben, die wie aus dem Dunkeln explodieren: Kobalt. Cyclam. Purple. Apfelgrün. Zitronengelb. Plakative Prints und Colourblocking treffen auf Head-Toe-Looks in Signalfarben. Ein Exzess aus Retro-Elementen und Zukunft, aus Spaß und Statement und dem Rausch des Lebens. Vernunft macht erst mal eine Pause.





EVOLUTION

Craft the future. Im Fokus: handwerkliche Verarbeitungen. Naturbelassene Stoffe. Alter als neuer Wert. Die Mode: grenzenlos, wild und poetisch. Ein Patchwork aus Fun und Folklore mit frischen Colorits und neo-klassischen Mustern. Die Inspiration: Tradition, Handwerk, Nachhaltigkeit und grenzenloses Abenteuer.



showroom annette görtz | cecilienallee 40 | 40474 düsseldorf | +49(0)170 2353488 | sales@annettegoertz.com



annette görtz



DÜSSELDORF
FASHION DAYS

26.01.–02.02.2022

EINE WOCHE ORDER IN DER FASHION-METROPLE DÜSSELDORF

Vom 26. Januar bis zum 02. Februar 2022 läutet die Modehauptstadt die nächsten Düsseldorf Fashion Days ein. Die bedeutende Orderwoche begrüßt auch in dieser besonderen Zeit und unter Berücksichtigung aller Hygienemaßnahmen das nationale und internationale Einkäuferpublikum mit zahlreichen Showrooms und Messen. Mit einem umfangreichen Service-Angebot und eigenen Eventformaten sorgt das Fashion Net zudem für eine inspirierende DFD-Experience.

WE LOVE FASHION... AND YOU? DAS FASHION NET LÄDT EIN

Die Düsseldorf Fashion Days gelten zu Beginn des Modejahres 2022 als Trendbarometer. Ob bei einem stilechten French Breakfast mit Café au Lait und Croissant à la Parisienne, dem anschließenden Mode-Forecast mit Trendexpertin Karolina Landowski oder einem gemütlichen Fashion Net Get Together am Abend – die DFD zelebrieren auch am Wochenende den Dreiklang aus informativen Talk-Formaten, einem fashion-forward Trendausblick in die kommende Saison H/W 22/23 und lockerem Networking. Designer:innen, Modebegeisterte und Entscheider:innen der Branche haben die Chance sich bei Drinks und Finger Food gemeinsam von modischen Themenwelten inspirieren zu lassen.

DFD LOUNGE POWERED BY FASHION NET

Networken in entspannter Atmosphäre, After-Work Drinks oder die kleine Stärkung zwischendurch: Treffpunkt zu den Düsseldorf Fashion Days ist – ohne Frage – der Karl-Arnold-Platz, unweit der Kaiserswerther Straße und der Supreme. Inmitten Düsseldorfs Showroom-Meile konzentriert sich zwei Mal im Jahr das Order-Business abseits der Messebesuche. Ein beheiztes Zelt mit einer Auswahl an kulinarischen Köstlichkeiten, Kaffeespezialitäten und After-Work Drinks lädt zum kurzen (oder ausgedehnten) Break zwischen oder nach den Orderterminen ein.

POLESTAR ALS EXKLUSIVER DFD SHUTTLE-PARTNER

Mit E-Power durch die Düsseldorf Fashion Days: Vom Medienhafen über das Areal Böhler, der Kaiserswerther Straße oder der Derendorfer Allee bis hin zum Karl-Arnold-Platz – die Fashion Net Shuttles fahren von Freitag, 28. bis Montag, 31. Januar 2022, täglich von 9:00 bis 19:00 Uhr, alle relevanten Order-Hotspots an. Bereits zum zweiten Mal – und nun ganz exklusiv – ist Polestar offizieller Partner der DFD und steht für Elektromobilität, Nachhaltigkeit und Eleganz. Für den kostenlosen Shuttle-service kommen fünf Polestar 2 Modelle zum Einsatz, die jede Order-Fahrt zu einem besonderen, komfortablen und zukunfts-gewandten Erlebnis machen. Feste Hop-On/Hop-Off Haltestellen sind der Karl-Arnold-Platz und Halle 29.

SAVE THE DATE – ALLE TERMINE DER DFD IM ÜBERBLICK

DFD LOUNGE BY FASHION NET

Freitag // 28. Januar – Dienstag // 01. Februar // 11:00 – 21:00 Uhr
Karl-Arnold-Platz // Düsseldorf

FASHION NET BREAKFAST MIT ANSCHLIESSENDER TREND-INFO VON KAROLINA LANDOWSKI

Sonntag // 30. Januar // 9:00 – 11:00 Uhr
DFD Lounge by Fashion Net // Karl-Arnold-Platz // Düsseldorf

FASHION NET FRIENDS AND FAMILY GET TOGETHER

Samstag // 29. Januar // 19:00-21:00 Uhr
Sonntag // 30. Januar // 19:00-21:00 Uhr
Casual Food and Drinks // Karl-Arnold-Platz // Düsseldorf

DIE MESSEN ZUR DFD: SUPREME WOMEN&MEN

Freitag // 28. Januar – Montag // 31. Januar

FASHN ROOMS

Donnerstag // 27. Januar – Montag // 31. Januar

SHOES DÜSSELDORF

Sonntag // 06. März – Dienstag // 08. März

Inga INSTAGRAM

FOLLOW ME AROUND

Textschwester Inga – auch bekannt als das Gesicht der vergangenen DFD im Juli 2021 – war bereits viele Jahre als erfolgreiches Model in London tätig und übernimmt mit purer Leidenschaft den Fashion Net Insta-Account. Begleitet sie auf erstklassige Events in der Modemetropole Düsseldorf und erhaltet exklusive Eindrücke und Geheimtipps von Fashionista, Powerfrau, Social-Media-Queen, textschwester und Redakteurin vom DFD Magazin Inga. Follow her on Insta: @fashionnetduesseldorf. Hier ein kleiner Vorgeschmack!



*Geballte Fashion-Power:
Inga und Trend-Expertin
Karolina Landowski*

CONTRIBUTORS
CONTRIBUTORS



*Superteam: mit Angelika Firnrroh
bei einem Joop! Event*



Covershooting



IMPRESSUM

Herausgeber

Fashion Net Düsseldorf e.V.
Landeshauptstadt Düsseldorf
Wirtschaftsförderung
Burgplatz 1 // 40213 Düsseldorf
Tel: +49 (0)211 749596915
info@fashion-net-duesseldorf.de
www.fashion-net-duesseldorf.de

Vertreten durch die Geschäftsführerin
Angelika Firnrroh

FASHION
NET düsseldorf



Landeshauptstadt Düsseldorf
Wirtschaftsförderung

Cover

Model: Gina Romina Bock // TuneModels
Fotograf: Sebastian Brüll
Kleid: Delicatelove
Hair & Make-up: Sonja Schwarz

Konzept // Creative Direction

Redaktionelle Leitung
Karolina Landowski
mail@karolina-landowski.com

Textchefin // Redaktionelle Beratung

Inga Klaassen // inga@textschwester.de

Redaktion

Alex Iwan, Yara Deeb, Mara Werdin

Gastautorin

Christel Wickerath

Design und Layout

Antje Brüggemann
antje.brueggemann@web.de

© 2021: Fashion Net Düsseldorf. Dieses Magazin mit allen Artikeln und Bildern ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes bedarf der schriftlichen Zustimmung des Herausgebers. Alle Infos auch online auf www.fashion-net-duesseldorf.de oder mobil auf unserer Fashion Net App



MARGITTES

WWW.MARGITTES.DE