

Doppel-Premiere am Modestandort: Düsseldorf feiert Mode und Kunst zur DFD

- **Vom 21. Juli bis zum 28. Juli 2021: Düsseldorf öffnet zur Orderwoche das Modebusiness und macht Fashion mit 120 teilnehmenden Akteuren erlebbar**
- **Festival-Charakter und „Shopping Day“: DFD zelebrieren den Modestandort erstmals mit Einzelhandel, Hotels, Galerien sowie Akteuren der Kultur- und Kreativwirtschaft**
- **Erste Ausgabe des DFD Magazins über die Lifestyle-Destination Düsseldorf**

Düsseldorf, 28. Juni 2021. Unter der Dachmarke DFD startet das Orderbusiness in Düsseldorf am 21. Juli 2021 mit einer umfassenden Standort-Initiative und beweist starke Synergien am Mode-Hotspot. Die Düsseldorf Fashion Days der Messen und Showrooms werden in diesem Jahr durch zahlreiche Aktivitäten in der Innenstadt begleitet: derzeit haben sich 120 Marken, Händler, Hotels und Galerien angemeldet, um gemeinsam Mode und Kunst zu zelebrieren. Neben Networking-Events, kunstvoll inszenierten Schaufenstern und der Erstausgabe eines eigenen DFD Magazins zeigt sich Düsseldorf als die Stadt, die in der Sommersaison kunstvoll den Dreiklang Mode, Kunst und Shopping zelebriert. Dem Fachpublikum werden neben etablierten Networking-Formaten wie der DFD Lounge am Karl-Arnold-Platz oder dem renommierten Modebusiness Award auch Showroom-Shuttlefahrten angeboten. Die E-Marke Polestar ist der neue DFD Shuttle-Partner und steht für die Klimafreundlichkeit der Landeshauptstadt.

Sommerlicher Auftakt zu den Düsseldorf Fashion Days

Die Sommerausgabe der mittlerweile wieder stärker international frequentierten Ordertage bietet mit den Messen Gallery FASHION & Shoes und Supreme Women & Men sowie mit den über 600 Showrooms nicht nur ein konzentriertes Ordergeschäft, sondern auch etablierte Formate. Hierzu zählen die DFD Lounge, diverse Abendveranstaltungen, Kunst- und Kulturaktivitäten und Aktionen der Einzelhändler wie Pop-Up-Stores, Schaufensteraktionen und Open-Air Posing-Podeste.

Seit jeher ist die Königsallee Anlaufpunkt für Shopping-Begeisterte und erfreut sich auch als Fotomotiv enormer Beliebtheit. Platziert an prominenten Stationen der Kö, ermöglichen ein Meter große Plattformen – die sogenannten Posing-Podeste – das Einkaufserlebnis auf besondere Art fotografisch festzuhalten. Außerdem setzen Pop-Up-Schaufenster den Shadowplatz und die umliegende Königsallee vom 22. bis zum 25. Juli in Szene. Die Schaukästen können von den Händlern frei gestaltet werden und entführen Passanten in kunstvoll gestaltete Fashion-Welten. Mit dabei sind Akteure der AMD Hochschule für Mode und Design, Unique, Change Lingerie und Rolf Buck mit allerlei Kuriositäten aus seinem kultigen Second-Hand-Shop Vaseline.

Wichtigster Tag für Shopping- und Kulturbegeisterte sowie den Handel ist Samstag, der 24. Juli mit dem sogenannten „Shopping Day“ – verlängerte Öffnungszeiten bis 22 Uhr. 120 Anmeldungen aus Einzelhandel, Gastronomie sowie Galerien und Hotels sorgen mit inspirierenden Aktivierungen für eine Orderwoche mit Festivalcharakter, von der nicht nur

das nationale Businesspublikum, sondern auch Touristen und die Düsseldorferinnen und Düsseldorfer profitieren. Krönender Abschluss des „Shopping Days“ wird eine kunstvoll inszenierte Wasserprojektion sein, welche die Besucher*innen entlang der Königsallee und des Kö-Bogens bei einbrechender Dämmerung bestaunen können. Alle Aktivierungen sind mit den Düsseldorfer Ordnungsbehörden abgestimmt und werden je nach Infektionslage an die Coronaschutzverordnung angepasst.

Ein ganzheitliches Fashion-Erlebnis in Deutschlands Modehauptstadt

„Düsseldorf ist nach wie vor der stärkste Orderstandort in Deutschland – nicht umsonst sind international renommierte Labels wie Scotch & Soda nun Teil des ausgedehnten Fashion Nets“, sagt Angelika Firnrohr, Geschäftsführerin des Fashion Net Düsseldorf e.V. „Dass sich nun ein gesamtes Lifestyle-Festival rund um die DFD etablieren kann und Konzepte neu gedacht werden, unterstreicht die Relevanz der Modehauptstadt. Ebenso das starke Feedback aus dem Handel. Die Einkäufer*innen können hier nicht nur unkompliziert auf kurzen Wegen konzentriert ordern, sondern sich auch einen umfassenden Überblick über Kollektionen und Trends verschaffen, networken, den Store Check genießen und Mode wieder hautnah erleben.“

Die Wirtschaftsförderung Düsseldorf unterstützt das DFD Festival und alle Maßnahmen mit einem Förderpaket von 300.000 Euro. Dazu Theresa Winkels, Amtsleiterin der Wirtschaftsförderung, zur Bedeutung des Modestandortes: „Konzeptioneller Ansatz der Düsseldorf Fashion Days Festival Edition ist es, erstmals Akteure aus Handel, Gastronomie, Kultur und Kreativwirtschaft fokussiert zu einem gemeinsamen Termin mit den Ordertagen einzubeziehen. Damit wird das Dachkonzept DFD im Sinne eines positiven Destinationsmarketings strategisch und zukunftsgerichtet erweitert. Das modezentrierte Festival soll Einzelhändler*innen mit gezielten Events und Aktionen ermöglichen, kommunikativer Bestandteil der Düsseldorf Fashion Days zu werden und somit die Fashionkompetenz der Stadt vollends auszuspielen. Wir werden Düsseldorf damit weiterhin stark als Modehauptstadt Deutschlands positionieren sowie durch innerstädtische Synergien und ein individuelles, emotionalisiertes Einkaufserlebnis einen Mehrwert für Händler*innen und Besucher*innen gleichermaßen schaffen. Wir freuen uns sehr, dass sich prominente Highstreet-Labels wie Peek & Cloppenburg, Hunkemöller, Replay, Esprit und Galeria Karstadt Kaufhof genauso beteiligen wie die gängigen Einkaufsorte Sevens, die Shadow Arkaden, Breuninger sowie der Kult-Store Jades.“

Auch das Hotel InterContinental Düsseldorf überrascht seine Gäste mit einem eigens zur DFD entwickelten Cocktail im neu eröffneten Restaurant Kö59. Im The Fritz Hotel löst am Fashion Days Wochenende eine Pop-Up-Einkaufsfläche mit namenhaften Labels wie Ariane Ernst Jewelry den sonst vorherrschenden Restaurantbetrieb ab – Mode wird so zur einzigartigen Begegnungsstätte und fördert die Vernetzung in der Stadt. Des Weiteren belebt das Schaufenster des Kompetenzzentrums für Kultur- und Kreativwirtschaft (KomKuK) das Straßenbild der Lorettostraße. Das Startup Repair Rebel zeigt hier, wie Nachhaltigkeit in der Mode aussehen kann. Weitere KomKuK-Fenster laden im gesamten Juli in der Bilker Friedrichstraße und am Marktplatz zu einem Schaufensterbummel der besonderen Art ein.

Das Magazin für die DFD

Eine weitere Neuentwicklung zur strategischen Kommunikation der wichtigen Mode-Destination ist das 36 Seiten umfassende „DFD Magazine“, das am 08. Juli erscheint und pünktlich zur neuen Einkaufsrunde Düsseldorfs zahlreiche Facetten, Lieblingsadressen, Persönlichkeiten und Must-Sees der Modehauptstadt zeigt – von der Gastronomie, zum

hippen Café, über die hübsche Boutique bis zum innovativen Concept Store. Serviceorientiert bietet es eine Guideline und Inspiration für den Aufenthalt in Düsseldorf. Das Magazin erscheint in einer Auflage von knapp 50.000 Exemplaren, wird national distribuiert und lokal verteilt.

strike a pose – erstmals Festival für Kunst, Mode und Style

„Strike a pose!“ heißt es vom 23. bis zum 25. Juli 2021 in Düsseldorf. Das neue Festival für Mode, Kunst und Style findet parallel zu den DFD statt. strike a pose bündelt erstmalig und zeitgleich zu den DFD zwei Schwerpunkte, welche die Region auszeichnen: Mode und Kunst. Galerien im gesamten Düsseldorfer Stadtgebiet zeigen am Wochenende der Düsseldorf Fashion Days spannende Kooperationen zwischen Künstler*innen, Designer*innen und Labels der rheinischen Kunst- und Modeszene. So trifft in der Galerie Petra Rinck der japanische, in Düsseldorf ansässige Modedesigner Hiroyuki Murase mit seinem Label Suzusan auf Arbeiten des Düsseldorfer Künstlers Ralf Brög. Zu den weiteren teilnehmenden Galerien zählen Düsseldorfer Größen wie Sies+Höke, VAN HORN, Live Lab Studios oder Cosar HMT, die Galerie Clages, DREI oder Nagel und Draxler aus Köln sowie Gisela Clement aus Bonn. Zentrum bildet das Museum K21 der Kunstsammlung Nordrhein-Westfalen mit Präsentationen aus beiden Bereichen sowie begleitenden Talks zu den Themen Nachhaltigkeit, Slow Fashion und Entrepreneurship. Konzipiert und kuratiert wurde strike a pose von Ljiljana Radlovic und Robert Danch, die seit 14 Jahren das etablierte Galerienwochenende Düsseldorf Cologne Open Galleries veranstalten.

Als Kooperationspartner begrüßt die Wirtschaftsförderung Düsseldorf das neue Festival in der Landeshauptstadt. strike a pose erweitert den Modestandort Düsseldorf um künstlerische Aspekte und bietet mit den zeitgleich stattfindenden Düsseldorf Fashion Days allen Besucher*innen inspirierende Einblicke in Mode, Kunst und Style. Mehr Infos unter: www.strikeaposefestival.de/

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