

## Düsseldorf Fashion Days starten erfolgreich und setzen nachhaltige „grüne“ Impulse

- **Erfolgreicher Kick-Off: Erste Edition des Düsseldorf Fashion Day Festivals überzeugt Besucher und Händler**
- **DFD-Woche endet am 28. Juli und ermöglichte entzerrte Order-Experience**
- **Der „grüne“ Faden der DFD: Nachhaltigkeit und Umweltbewusstsein**
- **7. Modebusiness Award verliehen: Heiko Wunder**

**Düsseldorf, 27. Juli 2021.** Unter der Dachmarke DFD startete das Orderbusiness in Düsseldorf am 21. Juli 2021 mit der umfassenden Standort-Initiative – dem Düsseldorf Fashion Days Festival. Die traditionellen Ordertage der Messen und Showrooms wurden in diesem Jahr durch zahlreiche Aktivitäten in der Stadt begleitet: Am 24. Juli 2021 – dem Shopping Day – zelebrierten 180 Marken, Händler, Hotels und Galerien gemeinsam die Mode. Viele Händler lockten mit exklusiven Aktionen und Gewinnspielen, DJ-Sessions und sogar einem Live-Konzert im Schaufenster.

### **Emotionale Einkaufs-Experience überzeugt**

Die beiden Veranstalterinnen Angelika Firnrohr, Geschäftsführerin des Branchenvereins Fashion Net Düsseldorf, und Theresa Winkels, Leiterin der Wirtschaftsförderung, ziehen positive Bilanz: „Das modezentrierte Festival sollte Einzelhändlern mit gezielten Aktionen ermöglichen, kommunikativer Bestandteil der Düsseldorf Fashion Days zu werden und die Fashionkompetenz der Stadt auszuspielen. Der Shopping Day gab dem Einzelhandel und dem Publikum erstmals eine Bühne und zeigt die Relevanz der Modehauptstadt“, so Firnrohr. „Unser Ziel war es, die Düsseldorf Fashion Days im Sinne eines positiven Destinationsmarketings strategisch und zukunftsgerichtet zu erweitern“, ergänzt Winkels. „Durch ein emotionalisiertes Einkaufserlebnis wecken wir neue Lust auf Mode und schaffen einen Mehrwert für alle – Modebegeisterte, Facheinkäufer:innen, Düsseldorfer:innen und Gäste der Stadt,“ sagt Winkels.

### **Synergien am Modestandort**

Der Einzelhandel profitiert von den branchenübergreifenden Synergien. „Die Düsseldorf Fashion Days schaffen eine starke Bindung für den Modestandort. Das DFD Festival war einzigartig – Industrie, Handel und Kultur unterstrichen während des Shopping Day gemeinsam die Bedeutung der Mode in diesen Tagen und setzten mit städtischem

# FASHION NET *düsseldorf*

Rückenwind ein herausragendes Zeichen“, so Andreas Rebbelmund, Geschäftsführer Breuninger Düsseldorf.

## **Paris -Feeling in der Stadt**

Auf den Messen war die Verknüpfung von Einzelhandel und Ordergeschäft spürbar. Die Sommerausgabe der mittlerweile wieder stärker international frequentierten Ordertage boten den Messen Gallery FASHION & Shoes und Supreme Women & Men sowie den über 600 Showrooms ein konzentriertes Ordergeschäft. Die Gallery FASHION & Shoes konnte seinen Besucher:innen zur neuen Orderrunde 300 internationale Brands sowie spannende Branchentalks hochkarätiger Gäste bieten. „Unser neues Rahmenprogramm mit viel Branchenpower, Trendtalks und geballter Information zu maßgeblichen, teils auch brennenden Themen wurde sehr gut angenommen,“ so Ulrike Kähler, Messechefin und Managing Director der Igedo Company. Aline Müller-Schade, Geschäftsführerin The Supreme Group, erinnerte die Stimmung am DFD Wochenende an Paris. „Überall war schickes Publikum in raffinierten Outfits zu sehen“, schwärmt sie. „Düsseldorf erlebte die Mode während der Ordertage gefühlt neu. Einkäufer:innen und Gäste der Stadt kleideten sich für die Düsseldorf Fashion Days ein. Dieser positive Spirit anlässlich der DFD drückte sich nicht nur durch farbenfrohe Beflaggung, zahlreichen Veranstaltungen, Aktionen in der Stadt und einem außergewöhnlichen Zusammenhalt des lokalen Handels aus, sondern ließ sich gleichfalls auf den Gesichtern der Menschen ablesen“, so Müller-Schade. Das weitreichende Angebot international renommierter Marken wie Max Mara, Poupette St Barth oder Patrizia Pepe sowie die Agenturen Töpfer und Select Studio überzeugten die diesjährigen Besucher:innen der Supreme.

## **So grün kann Düsseldorf**

Das Thema Sustainability war ein zentraler Aspekt der DFD. Die Stadt Düsseldorf, die angelehnt an die UN-Nachhaltigkeitsziele selbst 17 Nachhaltigkeitsziele verfolgt, hat mit dem Modefestival gezeigt, wie man Nachhaltigkeit im Rahmen einer Orderwoche praxisnah umsetzen kann. Gesicht des Shopping Days am Samstag war Anna Hiltrop, ein in Düsseldorf entdecktes Model, das sich für sogenannte grüne Mode engagiert und auch bereits bei der Aktion „Rhine Clean Up“ am Rheinufer als Botschafterin agiert. „Ich freue mich sehr, dass ich Botschafterin des Festivals sein durfte, da der Fokus zum ersten Mal auf Nachhaltigkeit und umweltschonender Mode lag. Ich hoffe, dass ich Interesse für einen umweltbewussteren Lebensstil wecken konnte“, sagt sie.

## **Premiere für Polestar**

DFD Shuttle: Erstmals konnte der Elektromobilhersteller Polestar als Kooperationspartner gewonnen werden, wodurch mehr emissionsfreie Fahrten in der Stadt ermöglicht werden konnten. Die schwedische Elektro-Performance Marke hat es sich zum Ziel gesetzt, den Übergang zu einer rein nachhaltigen Mobilität zu beschleunigen und will bis 2030 das erste wirklich klimaneutrale Auto auf den Markt bringen.

# FASHION NET *düsseldorf*

## **Modebusiness Award verliehen**

Mit dem 7. Modebusiness Award wurde dieses Jahr Mode-Pionier und Nachhaltigkeitsvordenker Heiko Wunder mit seiner Marke „wunderwerk“ ausgezeichnet. Der Düsseldorfer verbindet in seinem grünen Label trendbewusste und gleichzeitig umweltneutrale Mode. Bereits vor rund 20 Jahren entstand der Wunsch bei dem Designer, eine ressourcenschonende und konsequent nachhaltige Modekollektion auf den Markt zu bringen. Im Alltag lebt der Designer umweltschonend und ist damit ein Vorbild für einen klimabewussten Lifestyle: „Bewusstsein entwickeln heißt Interesse zeigen. Es muss nicht immer eine radikale Lebensveränderung sein, es zählt schon, weniger wegzuwerfen, Slow Fashion Marken zu shoppen oder öfter das Auto stehen zu lassen“, sagt der 49-jährige Unternehmer. Die Verleihung der Landeshauptstadt, die bereits zum siebten Mal Impulsgeber der Modeindustrie ehrt, empfing Oberbürgermeister Dr. Stephan Keller seine 85 geladenen Gäste aus der Branche und lobte Wunders „Engagement als wegweisend.“

# FASHION NET *düsseldorf*

## **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](mailto: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](mailto:elena.thommessen@textschwester.de)