

Die Branche zeigt sich zu den Düsseldorf Fashion Days optimistisch

Düsseldorf bleibt trotz Omikron-Welle verlässliche Anlaufstelle für Einkäufer während der DFD

Düsseldorf, 2. Februar 2022. In Düsseldorf konnte in der vergangenen Woche unter strengen Corona-Reglementierungen die Kollektionssichtung der Herbst-/Wintermode 2023 im Rahmen der Düsseldorf Fashion Days stattfinden. Dank zuverlässiger Impfnachweiskontrolle und Schnelltests vor Ort, konnten Einkäufer:innen in über 600 Showrooms ihre Order platzieren. Dominiert wurden viele Gespräche von moderaten Preiserhöhungen und steigenden Personalkosten. Die Stimmen der Branche war jedoch einheitlich optimistisch: „Sobald die 2G-Regel einheitlich entfällt, kommt das Geschäft zurück“, ließen Händler:innen einheitlich verlauten.

„Dass die Düsseldorf Fashion Days stattfinden konnten, ist ein wichtiges Signal für die gesamte Branche und unterstreicht die Relevanz des Modestandortes. Die Zusammenarbeit mit der Stadt Düsseldorf sowie die Bereitstellung eines Hygienekonzeptes haben allen Akteuren Sicherheit gegeben. Die Einkäufer:innen waren dankbar für eine Kollektionssichtung am Standort und den persönlichen Kontakt. Wir freuen uns jetzt auf den Sommer 2022 und hoffen, dass die geplanten DFD-Aktivitäten sowie neue Formate stattfinden können, um an den Erfolg des letzten Jahres anknüpfen zu können“, so Angelika Firnrohr, Geschäftsführerin des Fashion Net Düsseldorf.

„Das Vertrauen zu unserem Standort ist hier“, sagt Ulrike Kähler, Geschäftsführerin der Igedo Company und Veranstalterin der FASHN Rooms auf dem Areal Böhler. Zu den DFD verzeichnete sie im Januar 2022 einen Markenzuwachs von 80 neuen, internationalen Brands. „Agenturen und Marken fühlen sich bei uns gut aufgehoben und schätzen die Verlässlichkeit des Orderstandortes Düsseldorf. Auch wenn die Messe in Pandemiezeiten einen großen Mehraufwand und erhöhte Personalkosten bedeutet, sind wir dankbar FASHN Rooms als Präsenzveranstaltung anbieten zu können. Das Feedback auf die bevorstehende SHOES Düsseldorf ist ebenfalls ausschließlich positiv: Vor Corona haben 500 Marken ausgestellt, jetzt sind es bereits wieder 400 – somit sind wir nach 1,5 Jahren wieder auf Kurs.“

Über einen deutlichen Zuwachs ausländische Einkäufer:innen freut sich Julius Brinkmann, Geschäftsführer der bugatti Holding Brinkmann GmbH & Co. KG. „Wir haben als Unternehmensgruppe in den letzten zwei Jahren aufgrund der Pandemie stark gelitten, weil in der gesamten Branche die Geschäftsgrundlage weggefallen ist. Warenverfügbarkeit war nicht immer gegeben, Preisanpassungen oft die Folge. Die bugatti Holding ist jedoch wieder auf Wachstum ausgerichtet. Ich hoffe, dass sich diese Prognose in den nächsten Wochen auch bestätigt, bin aber sehr zuversichtlich. Aufgrund der gegenwärtigen Situation sind wir seit dieser Orderrunde außerdem digital präsent, sodass die gesamte Orderabwicklung über einen Screen laufen kann. Unser Wirkungskreis ist dadurch flexibler geworden. Für den Sommer wünsche ich mir jedoch, dass wir all unsere ausländischen Partner wieder nach Düsseldorf einladen zu können.“

Mirjam Dietz, Direktorin für Markenkommunikation und –entwicklung der The Supreme Group fasst zusammen: „Wir waren mit der Besucherfrequenz und der Qualität der Einkäufer:innen sehr zufrieden. Gerade Einzelhändler:innen sind es gewohnt, die geltenden

FASHION NET *düsseldorf*

Corona-Regeln zu befolgen und kommen motiviert zur Order. Sehr positiv ist außerdem, dass wir trotz verschärfter Corona-Reglementierungen keine großen Schwankungen als Showroom-Vermieter feststellen konnten. Die Supreme Women&Men ist in Düsseldorf und München ausgebucht, die Qualität der Einkäufer:innen stimmt und die Stimmung ist positiv. Aktuell planen wir auf dem Niveau von 2019.“

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, Inga Klaassen + Yara Deep
Prinz-Georg-Str. 7, 40477 Düsseldorf
Phone: 0211.74959690
Mail: inga@textschwester.de + yara@textschwester.de