

Fashion Net Round Table:

Düsseldorf bleibt nach wie vor Orderstandort Nr. 1

Düsseldorf, März 2019. Die Bestandsaufnahme der Branchenexperten bestätigt: Düsseldorf ist nach wie vor stärkster deutscher Orderstandort. Das Potenzial der Rheinmetropole geht über die von Einkäufern stark frequentierten CPD-Zeitenräume hinaus – denn Düsseldorf ist vor allem ganzjährig die Modehauptstadt Deutschlands, darüber bestand Konsens der knapp 20 Teilnehmer. Im Rahmen des Fashion Net Round Tables diskutierte das Who-is-Who der Branche über die Zukunft des Modestandortes und entwickelte gemeinsam Ansätze zur strategischen Stärkung des Ordergeschäftes im nationalen Vergleich.

Unter den Teilnehmern des Round Tables waren Showroombetreiber Dirk Büscher (Marc Cain), Marion Dierks (Relaxed by Toni), Messeveranstalter Aline Müller-Schade (Supreme Women&Men) und Philipp Kronen (Igedo Company), Vertreter des Handels wie Thomas Ganter (L&T), Michael Meyer (Meyer Potz), Daniela Drabert (Hagemeyer), Mechtild Hoffs (Anna Hoffs), Jens Ristedt (Ristedt), Oliver Louisoder (Modehaus Hochstetter), Einkäufer Vito Santoro (Buying Director P&C), Angelika Schindler-Obenhaus (KATAG AG), Christiane Knoll (Wirtschaftsförderung Düsseldorf), Angelika Firnrohr (Fashion Net Düsseldorf), Christel Wickerath (TextilWirtschaft), Andrea Greuner (Textilmitteilungen) und Alexandra Iwan (Presseagentur textschwester).

„Düsseldorf ist nicht nur CPD-Messestandort, sondern eine ganzjährige Orderplattform, deren herausragende Vorteile die konzentrierte Order und die kurzen Wege sind. Die Fashion-Destination muss sich darüber hinaus weiterhin als Marke etablieren“, erklärt Fashion Net-Vorstandsmitglied und Inhaber der Marc Cain Agency Düsseldorf Dirk Büscher.

Neue Ideen für Düsseldorf

Michael Meyer betont, dass Düsseldorf die konstante Orderplattform sei und diese Kernkompetenz selbstbewusst vertreten sollte. „Die Stadt braucht ein besseres Marketing und sollte als ‚die Modehauptstadt Deutschlands‘ kommuniziert werden,“ ergänzt Thomas Ganter.

„Die vorhandene Kompetenz muss konzentriert werden. Zum Beispiel durch einen Zusammenschluss aller am Standort involvierten Akteure wie den Messen, den Showroombetreibern und Orderbüros. Langfristig profitieren nicht nur die Messen, sondern auch die kleineren Showrooms vom Image des Standortes,“ führt Mechtild Hoffs aus.

FASHION NET *düsseldorf*

Verbesserungspotenzial sehen die Teilnehmer des Round Tables insbesondere in einem internationalen Besuchermanagement. Ein solches zentrales Management halten die Messe- und Showroombetreiber für notwendig, um langfristig auch internationale Einkäufer nach Düsseldorf zu holen.

Daniela Drabert und Angelika Schindler-Obenhaus stellen darüber hinaus die Bedeutung der Kommunikation von Serviceangeboten während der Orderzeiträume heraus. „Die Infrastruktur zur CPD muss verbessert und besser an die Einkäufer kommuniziert werden“, so Daniela Drabert.

Einigkeit besteht auch über die Relevanz CPD-begleitender Eventformate: Diese könnten dazu beitragen, Düsseldorf als eine Netzwerk-Plattform zu etablieren, die über die reine Order hinaus einen spürbaren Mehrwert für die nationale und internationale Modeindustrie bietet. Die Konzentration auf die Kernkompetenz Düsseldorfs als Orderstandort und Modestadt sowie die gleichzeitige, stärkere Positionierung der Rheinmetropole im nationalen Städtevergleich halten alle Teilnehmer für notwendig.

„Das Fashion Net Düsseldorf engagiert sich besonders zur CPD mit erweiterten Service-Angeboten. Neben der Kommunikation aller wichtigen Termine über die Website und App, Shuttle-Services und dem Fashion Net ComeTogether werden wir durch zusätzliche Netzwerk-Formate zukünftig gezielt den Austausch der Branche fördern – nicht nur in den regulären Orderzeiten, sondern über das ganze Jahr hinweg. Dieser Round Table ist bereits der Anfang verschiedener Maßnahmen“, so Angelika Firnrohr, Geschäftsführerin Fashion Net Düsseldorf.

Düsseldorf ist ein starker Modestandort, geprägt von Zentralität und einen umfassenden Überblick über aktuelle Kollektionen. Drei Messen zur CPD sowie rund 670 Showrooms ermöglichen 365 Tage Fashion im Jahr, die in diesem Maße keine andere deutsche Stadt bietet.

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