

PRESSEMITTEILUNG

Düsseldorf, den 27.07.2010

**„fwD fashion week Düsseldorf“
Stimmen der SHOWROOMS DÜSSELDORF Community**

Die allgemein positive Entwicklung der Wirtschaft hat sich auch auf die SHOWROOMS DÜSSELDORF Community (Kaiserswerther Strasse, Derendorf, MedienHafen) ausgewirkt, ergibt die aktuelle Fashion Square Umfrage:

„Review der ersten 5 Tage der aktuellen Orderrunde in den SHOWROOMS DÜSSELDORF“.

Für 70 % der Showroom-Aussteller war zu Beginn der „fwD fashion week düsseldorf“ (23.07.-01.08.2010) die Stimmung positiv, nur 30 % empfanden sie als mittelmäßig. Zu den Kerntagen werden in den rd. 400 permanenten SHOWROOMS DÜSSELDORF auf einer Fläche von rund 70.000 m², 2.800 Kollektionen (1.300 Womenswear, 700 Menswear, 500 Accessories, 260 Shoes, 40 Kids) gezeigt.

„Die hochwertigen Top-Fashion Labels mit bekannten Namen sind nach wie vor die Bestseller“, ließ Toni Groenendal von der gleichnamigen Agentur verlauten. Große, bekannte Firmen kommen bei den Einzelhändlern aufs Papier! Neue kleine, aber feine Labels auszuprobieren - wie es im Ausland, in Paris und Mailand üblich ist - oder auf Farbe jenseits der Schwarz-, Grau-, Weißskala zu setzen, davor schreckt der Handel noch oft zurück.

Bei 45 % der Designer, Hersteller und Agenten war ein Anstieg der Besucheranzahl zu verzeichnen, 40 % hatten keine Veränderungen zu berichten und bei 15 % verringerte sich die Besucherzahl. Neukunden wurden überwiegend aus dem Inland gewonnen, aber auch das Ausland war vertreten. Wolfgang Lohe von GANT berichtet: *„Wir hatten diese Saison auch Einkäufer aus den Arabischen Staaten und Osteuropa.“*

Internationale Einkäufer nach Düsseldorf zu bringen, ist definitiv wünschenswert. Düsseldorf ist aber laut der Showroom-Stimmen nach wie vor „the place to order“ in Deutschland.

Die Showrooms auf der Kaiserswerther Strasse und in direkter Umgebung werden immer stärker. *„Showrooms sind immer mehr von Bedeutung“,* bestätigt Marnie Seiz-Schweneker von Fabiana Filippi. Diese Meinung teilen nicht alle: *„Düsseldorf entwickelt sich immer mehr zu einer Regionalmesse. Berlin wird immer wichtiger“,* so Andreas Lebek, FRIEDA & FREDDIES.

Demgegenüber äußert sich Nikola Loy von SCHUMACHER: *„Auf die Messe nach Berlin fahren wir allein, um den Standort zu unterstützen und um dabei zu sein. Der Termin ist jedoch viel zu früh. In Düsseldorf werden die Aufträge platziert.“*

Auch die neue Messe „supreme by munichfashion.company“ im B1, parallel zur Kaiserswerther Strasse, wurde gut angenommen. *„6 Wochen Zeit – und dann so eine Resonanz. Das hätten wir nicht erwartet. Wir waren sehr zufrieden mit den Ausstellern und Einkäufern!“*, so Aline Schade, supreme by munichfashion.company.

„Wir stellen auf der supreme aus. Sehr zufrieden!“ Hubert Stolzlechner, HABUSBURG KLEIDERMANUFAKTUR

„Wir sind mit der „supreme“ komplett zufrieden: 1 A Lage, sehr schöne Aufmachung, sehr guter Service, gute Resonanz! Sollte die Messe nächstes Jahr wieder im B1 stattfinden, werden wir auf jeden Fall teilnehmen.“ Bianca Spitzer, COTTON LINE

Weitere Stimmen aus den SHOWROOMS DÜSSELDORF:

„Düsseldorf ist Business!“ Michael Schulz, ACO MODEAGENTUR

„Gute Stimmung! Gute Besserung!“ Wolfgang Lohe, GANT

„Ich bin zufrieden, da ich zurzeit Kollektionen vertrete, welche vom Handel gewünscht und verkauft werden!“ Toni Groenendal, AGENTUR GROENENDAL

„Durchweg positiv – man hat wieder Spaß an der Mode und Freude an den Produkten“ Nikola Loy, SCHUMACHER

„Nunmehr in der x-ten Saison im Orderplus. Das spricht für die „fwd“. Mit unserem Schauraum in der Cecilienallee, bleibt Düsseldorf für uns die wichtigste Ordermesse im zentralen Fokus. Wir glauben an den exzellenten Standort für Mode und an die kurzen Wege rund um die Cecilienallee/Kaiserswerther Strasse.“ Peter König, ULI SCHNEIDER

„Mehr Einigkeit und Glamour für Düsseldorf.“ ANJA GOCKEL

„Düsseldorf bleibt Hauptordermesse für das Geschäft. Außerhalb von Terminen war der Umlauf gering.“ Valentin von Arnim, IRIS VON ARNIM

„Bei uns war die Stimmung gut, denn die Kollektion kam gut an.“ Conny Singh, ELLA SINGH

„Der Standort Düsseldorf wird als Arbeitsplattform genutzt. Berlin gewinnt an Bedeutung als Informationsplattform.“ Ralf Stein, BOGNER JEANS

Kontakt:

Jana Fein PR & Marketing Manager

Fashion Square GmbH - Kaiserswerther Strasse 142 - D-40474 Düsseldorf

Tel: +49 (0) 211/439 59 59 - Fax: +49 (0) 211/439 59 99

office@fashion-square.net - www.fashion-square.net - [Fashion Square @ Facebook](#)