

Sitzung des Ausschusses für Wirtschaftsförderung, Tourismus und Liegenschaften am 21.06.2012

Anfrage der Ratsfraktionen Bündnis 90/Die Grünen und SPD vom 06.06.2012

„Modestandort Düsseldorf“

Frage:

Wer von den entscheidenden Akteuren in der Modestadt Düsseldorf ist nach der erneuten Schrumpfung der Modemesse „The Gallery Düsseldorf“ in der Lage, den Frühjahrs- und Sommertermin für 2013 zu setzen und welche Rolle spielt insbesondere dabei Fashion Net Düsseldorf?

Antwort:

Auf Initiative des Branchenforums „Fashion Net Düsseldorf“ sind die maßgeblichen Akteure eingeladen worden, gemeinsam über die Terminfindung und standortbezogene Maßnahmen für Düsseldorf zu sprechen. Es waren dies unter anderem Vertreter der Showrooms in Düsseldorf (u.a. aus Halle 29/30), Fashion Square, Fashion House, Igedo Company, etc. Fashion Net übernimmt neben der Terminsetzung auch die Koordinierung verschiedener Maßnahmen.

Die Ordertermine für Düsseldorf stehen jetzt für 2012 und 2013 fest. In diesem Jahr sind die Showrooms anlässlich der Collections Premieren Düsseldorf an den Kerntagen 28. bis 30. Juli geöffnet. Auch die Messeveranstaltungen The Gallery Düsseldorf, Supreme und Premium Order Düsseldorf finden in diesem Zeitraum (28. – 31.07.) statt. Die Termine für 2013 sind im Winter vom 02. bis 04.02.2013 sowie im Sommer vom 27. - 29.07.2013. Damit besteht für den Standort Düsseldorf Klarheit, wann die Kunden zum Ordern zu Messeveranstaltungen, in Showrooms und Modecentern eingeladen werden.

Frage:

Gibt es mittlerweile eine Vertretung der Showroombetreiber, die eine Terminfindung koordiniert verhandeln können, und wenn nein, wie werden die unterschiedlichen Interessen berücksichtigt?

Antwort:

Zunächst wird verwiesen auf die Antwort auf Frage 1. Fashion Net Düsseldorf wird künftig seine Position als Branchenforum noch weiter ausbauen. Der Vorstandsvorsitzende von Fashion Net, Klaus Brinkmann (Bugatti) lädt ausdrücklich Modeunternehmen, Messeveranstalter, Showroombetreiber, Agenturen und andere Akteure am Standort dazu ein, sich einzubringen, die Termine gemeinsam zu setzen

und gemeinsam die Stärken des Modestandortes Düsseldorf zu präsentieren und weiter zu entwickeln.

Frage:

Wie hat sich Fashion Net Düsseldorf im Hinblick auf neue Mitglieder bzw. Sponsoren entwickelt, wo bestehen Schwierigkeiten?

Antwort:

Fashion Net Düsseldorf hat derzeit 26 Mitglieder, davon zahlen sieben einen erhöhten Beitrag (Premiummitglied).

Zu Beginn hatten die (Gründungs-)Mitglieder von Fashion Net das Ziel der Stärkung und (Neu-)Positionierung des Modestandortes Düsseldorf. Es gab überwiegend ideelle Ziele, nämlich Imageförderung, Netzwerken am Standort, etc., die durch verschiedene Aktivitäten und Maßnahmen verfolgt wurden. Zunehmend zeigte sich dann im Lauf der vergangenen drei Jahre, dass die Modewirtschaft über die Stärkung des Standortes und die positive Beeinflussung der Wahrnehmung des Modestandortes Düsseldorf hinaus zusätzlich auch das Interesse hat, die organisatorischen Aufgaben neu zu bündeln, die durch die nicht mehr repräsentative Funktion und Bedeutung der Igedo Company entstanden sind. Dies betrifft vor allem die Koordinierung der Terminsetzung, die Organisation einer standortweiten Infrastruktur und die Konzeption eines übergeordneten Marketings für den Mode(wirtschafts)standort Düsseldorf.

Fashion Net greift diese Wünsche und Bedürfnisse jetzt konkret auf und koordiniert übergreifende wichtige Themen und Anliegen der Modewirtschaft in Düsseldorf. Initiativ hat Fashion Net mit einer – über den Mitgliederkreis hinaus gehenden und damit auch um Mitstreiter bzw. Mitglieder werbenden – Koordinierungsrunde die Ordertermine für das nächste Jahr festgelegt. Auch das Thema einer gemeinsamen Infrastruktur (z. B. Shuttles) wird bearbeitet.

Fashion Net geht davon aus, dass durch die Kombination von inhaltlicher Positionierung des Standortes und organisatorischer Services die Attraktivität des Vereins für Mitglieder und Sponsoren nachhaltig gesteigert werden kann. Erste neue Mitgliedsanträge, wie z. B. vom Deutschen Modeinstitut als strategischem Partner, und das aktuelle Interesse größerer Modeunternehmen an einer Mitgliedschaft zeigen in diese Richtung.