

Sitzung des Ausschusses für Wirtschaftsförderung, Tourismus und Liegenschaften am 14.06.2016

**Dressing Up: Modestandort Düsseldorf
-Anfrage der Ratsfraktion BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN**

Frage 1:

Kann die Verwaltung Maßnahmen identifizieren, die dazu beigetragen haben, den Modestandort Düsseldorf wieder zu stärken, und wenn ja, welche davon lassen sich auf andere Branchen übertragen?

Antwort:

Der Verein Fashion Net Düsseldorf wurde 2009 gegründet und damit einher ging die Bündelung der Akteure und Aktivitäten in der Modewirtschaft in Düsseldorf. Folgende Maßnahmen, die der Verein seitdem umgesetzt und initiiert hat, haben dazu beigetragen, dass der Modestandort Düsseldorf wieder positiv da steht.

Bündelung der Akteure

- Festlegung des Namens CPD für die Ordertage in Düsseldorf
- Gemeinsame Terminlancierung für die CPD ein Jahr im Voraus
- Lancierung eines gemeinsamen Logos für die CPD
- Veranstaltung eines Fashion Dinners durch OB Geisel und Verleihung des Fashion Awards
- Veranstaltung Fashion Net Bite als Netzwerktreffen für die Mitglieder des Fashion Nets und interessierte Branchenakteure

Orderrunde CPD

- Gemeinsame Pressekonferenz mit allen Akteuren (Messen, Showrooms, Veranstaltern, Hochschulen, Designern etc.) vor den Ordertagen
- Gemeinsame Pressemitteilung als Übersicht über alle Veranstaltungen rund um die CPD (auch in Englisch)
- Übersicht aller Messen, Veranstaltungen und Showrooms während der CPD sowie Überblick über die Serviceangebote (z.B. Hotelpakete) auf der Website von Fashion Net (auch in Englisch)
- Organisation eines gemeinsamen Shuttles während der CPD
- Veranstaltung des Branchentreffs Fashion Net & Friends
- Förderung des Düsseldorfer Nachwuchses durch die Modenschau „Düsseldorf Designers presented by Fashion Net“

Unterstützung von Veranstaltungen

- PLATFORM FASHION als Format für Modenschauen
- Kooperation mit relevanten Fachveranstaltungen: 6 Veranstaltungen des Deutschen Modeinstitutes, Deutscher Modehandelskongress
- Events für Konsumenten: Vogue Fashion's Night Out, Out Of The Box – Festival für Schuhe und Accessoires, Fashion and Lifestyle Festival POPUP-NOW
- Absolventen-Modenschauen der Hochschulen Akademie Mode & Design, design department und MD.H Media Design Hochschule Düsseldorf

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

- Beauftragung der Agentur „Textschwester“ für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
- Regelmäßige Pressemitteilungen zu moderelevanten Themen (z.B. Neueröffnungen auf der „Kö“)
- Lancierung relevanter Modethemen aus Düsseldorf in Fachzeitschriften und der regionalen und überregionalen Presse
- Monatlicher Versand des Fashion and Business Newsletters „Fashion Net Love“
- Kommunikation über Facebook und Instagram sowie über die Website
- Medienkampagne zur CPD mit wechselnden Key Visuals

Unterstützungsmaßnahmen und –strukturen werden grundsätzlich von der Wirtschaftsförderung branchenspezifisch geplant und umgesetzt.

Frage 2:

Inwieweit kann die Verwaltung Düsseldorfer Modeschulen während der Ordertage auf der Suche nach geeigneten Veranstaltungsorten behilflich sein, welche anderen Angebot kann die Verwaltung anbieten?

Antwort:

Düsseldorf Tourismus ist Ansprechpartner für die Durchführung von Events. Der LocationFinder unterstützt dabei, den richtigen Rahmen für die geplante Veranstaltung zu finden. Bei Veranstaltungen auf öffentlichen Flächen übernimmt Düsseldorf Tourismus in Absprache mit den zuständigen Stellen der Stadt die Prüfung der Voranfrage.

Bei der Suche nach temporär nutzbaren Flächen ist das Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft Ansprechpartner. Das Kompetenzzentrum erarbeitet gerade ein Zwischennutzungskonzept. Bereits in den letzten Monaten wurden durch das Kompetenzzentrum einzelne Zwischennutzungen im Modebereich unterstützt (z.B. Fashion and Lifestyle Festival Popup Now, Concept-Market Düsseldorf's Finest).

Die Wirtschaftsförderung und der Verein Fashion Net Düsseldorf können darüber hinaus Auskunft über geplante Events im Rahmen der Ordertage geben und den Modeschulen damit eine Hilfestellung geben, welche Orte in Düsseldorf für Veranstaltungen geeignet sein könnten (z.B. Einbindung einer Absolventenschau in das Veranstaltungskonzept PLATFORM FASHION).

Frage 3:

Mit welcher Online- und Internationalisierungsstrategie kann der Modestandort Düsseldorf weiterhin gestärkt werden und inwieweit wäre hierbei eine einheitliche Vermarktung zusammen mit allen Akteuren – gegebenenfalls auch über das Fashion Net e.V. – zielführend?

Antwort:

Die Vermarktung des Modestandortes Düsseldorf wird bereits über den Verein Fashion Net Düsseldorf einheitlich und unter Einbindung aller Akteure gesteuert. Seit 2014 ist die Presseagentur Textschwester für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit verantwortlich. Die wichtigsten Instrumente sind die regelmäßigen Pressemitteilungen zu moderelevanten Themen, die Lancierung relevanter

Modethemen aus Düsseldorf in Fachzeitschriften und der regionalen und überregionalen Presse sowie der monatliche Versand des Fashion and Business Newsletters „Fashion Net Love“.

Das Onlineangebot von Fashion Net beinhaltet die Website, einen Facebookaccount sowie seit einigen Monaten auch einen Instagramaccount. Die Website hat im Schnitt 30.000 Zugriffe, zur CPD steigen die Zahlen auf 50.000. Bei Facebook verfolgen ca. 3.700 Follower die Aktivitäten von Fashion Net Düsseldorf, bei Instagram sind es 350 Follower. Instagram und Facebook werden regelmäßig gepflegt und bespielt (2 bis 3 Posts pro Woche), so dass die Community weiter wachsen wird.

Um international stärker wahrgenommen zu werden, ist es wichtig das Serviceangebot im B2B Bereich für internationale Einkäufer zu verbessern. Wünschenswert ist eine Überarbeitung der Website von Fashion Net mit einer Spezialisierung des Angebotes für B2B Kunden – insbesondere auch in englischer Sprache. Im Herbst 2016 soll hierzu ein Konzept erarbeitet werden; wie die Überarbeitung der Website finanziert werden soll, ist derzeit noch unklar.