

Marken müssen *kommunizieren*

Es ging um neue Trends und Nachhaltigkeit, um Food & Mode und wie sich die Generation Z in den Markt einbringt. Der Fashion Trend Pool lud zum Season Opening ins Kulthotel „25hours“ nach Düsseldorf ein. Rund 60 Gäste aus Industrie und Handel trafen sich zum Austauschen und Netzwerken.

Das internationale Netzwerk aus Fashion- und Schuh-Experten hatte auch diesmal ins stylische „25hours“-Hotel geladen, um mit spannenden Vorträgen und interessanten Gastrednern auf die neue Orderrunde einzustimmen. Rund 50 Gäste aus Industrie und Handel waren da. Darunter Marc Cain, Donna Carolina, Marc O’Polo, Rabe Moden, Berkemann, Jana und Legero. Zu Beginn stand der aktuelle Zeitgeist im Fokus: Abwechselnd stellten Marga Indra-Heide und Karolina Landowski vom FTS die Widersprüche unserer Gesellschaft, der Mode und des Konsumverhaltens dar. Das Spannungsfeld zwischen Natur und Plastik in Mode und Gestaltung, der Hyperkonsum versus Konsumverzicht am Beispiel der widersprüchlichen Metropole London, der Aktivismus von Fridays for Future und Extinction Rebellion sowie die neu entdeckte Lust auf Heritage standen im Mittelpunkt der Trendtalks. Zudem wurden die Unterschiede der Generation Me und Generation We deutlich gemacht – jene zwei Strömungen der Generation Z, die sich entweder der Selbstdarstellung oder aber der Rettung des Planeten vor allem über Social Media widmen.

Fotos: FTP



Powerfrauen am Start: Marlise Brogli, Valentina Vanin (Donna Carolina), Marga Indra-Heide, Conny Wangemann, Elena Terrin (Donna Carolina) und Petra Dieler (v. li.).

Marga Indra-Heide analysierte mit dem Fashion Update Frühjahr/Sommer 2020 die jüngsten Catwalk-Looks und stellte kompakt die wichtigsten Themen der internationalen Trendleader für die anstehende Saison vor: Zum einen clean, weiß, abgeräumt – weg von den überfüllten Balenciaga-Styles. Es kommt zudem ein neuer Kolonialstil mit viel Sand, Oliv, und Erdfarben. Karrée-Schuhe sind wieder da. Gelb geht weiter, gerne im Mix mit Sand. Orange ist neu.

Im zweiten Teil der Veranstaltung ging es um Food und Fashion, die sich immer mehr gemeinsame Flächen teilen. Food-Blogger und Berater Stefan Rauh sprach über Vermarktungsstrategien seiner Food- und Lifestyle-Plattform Schmackofatzo. Die Liedermä-

cherin Fee Badenius machte mit ihrer sympathischen Gesangseinlage Lust auf eine vergnügliche Mittagspause. Ein Höhepunkt des Season Openings ist der Forecast Herbst/Winter 20/21 von Marga Indra-Heide. Rechtzeitig vor dem Orderbeginn berichtete die Modeexpertin über die wichtigsten Themen, Keylooks, Accessoires und Schuhe der kommenden Saison. Was kommt? Tradition trifft auf Wertigkeit, Naturverbundenheit auf Bohemian Moods. Klassik wird neu interpretiert, ist gepflegt, angezogen und doch casual. Key-Pieces sind cleane Mäntel, weitere Hosen und längere Röcke. Die neuen Midi-Längen verlangen nach hohen Stiefeln oder neuen Loafer-Typen – perfekt in edlen Brauntönen. Der neue Anzug kommt mit mehr Weite bei den Hosen und Schultern. Boots sind inspiriert von Worker und Biker und zeigen starke Boden- und Leistenbetonung. Auch die Liebe zum wadenlangen Kleid setzt sich im kommenden Winter fort. Die nächste Veranstaltung Season Opening Frühjahr/Sommer 2021 findet im Juni 20 wieder in Düsseldorf statt. sb



Netzwerken zur Mittagszeit.