INSTYLE

FRANKFURT

TRENDS! F/S19

KIDS WORLD

FAST FASHION

ORDER TIPPS!

DAS MAGAZIN DER
THE STYLE ID

HÄUSER DER MODE
FRANKFURT AM MAIN

JULI 2018

Inhalt

HÄUSER DER MODE
FRANKFURT AM MAIN

Mitglied der
theStyleID group

MODECENTRUM HAMBURG | FASHION GALLERY BERLIN
HÄUSER DER MODE FRANKFURT AM MAIN | FASHION HOUSE DÜSSELDORF
HAUS DER MODE SINDELFINGEN | MODE- UND TEXTIL-CENTER MÜNCHEN

NEWS

10 NEUE SHOWROOMS
14 KIDS WORLD
19 WHAT'S UP
20 NEUE ANBIETER & UMZÜGE

HANDEL & STRATEGIE

22 SOCIAL MEDIA MARKETING – ARBEITEN MIT INFLUENCERN

ORDERTIPPS

13 SOMMERMANN, YOURCONCEPT

FASHION EXCELLENCE

6 FAST FASHION
8 CAMPO FASHION

TREND

26 FRÜHJAHR/ SOMMER 2019

ADVERTORIAL

25 DIGEL

INFOS

34 THE STYLE ID MEHR MODE! MEHR TRENDS!

TITEL: MIKOSA • BILD LINKS: RAFFAELLO ROSSI TRENDLINE
FRANKFURT INSTYLE ist eine Publikation der Häuser der Mode Frankfurt am Main **HERAUSGEBER** hdm Centermanagement GmbH **KONZEPT/GESTALTUNG** Lach Communication Group • Günhovener Straße 81 • 41179 Mönchengladbach **KONTAKT** Katharina Lach • Fon: +49 (0) 2161 2 77 95-0 E-Mail: verlag@agentur-lach.de • www.lach-communicationgroup.com **REDAKTION** Katharina Lach • Melina Derricks **GRAFIK** Çağla Sirip

ZERRES

ZERRES.COM

Liebe Leserinnen und Leser,

nach dem wärmsten Frühjahr aller Zeiten haben auch wir „Hot News“ für Sie. Wir begrüßen ab Oktober den dänischen Fashion Giganten BESTSELLER in den hdm. Auf ca. 1400 qm wird sich BESTSELLER mit 13 seiner Brands in den Häusern der Mode präsentieren und unser Angebot im Damen-, Herren- und Kinderbereich wesentlich verstärken. Neben dieser tollen Nachricht dürfen wir weiter verkünden, dass noch viele weitere Agenturen und Firmen ihren Showroom in den hdm eröffnet haben. Näheres finden Sie unter der Rubrik „Neue Showrooms“ ab Seite 10 oder online auf unserer hdm Website www.hdm-frankfurt.de/news

Vorangekommen ist auch der Aufbau unserer neuen KIDS WORLD im Mezzanin. Mit der Kids Fashion Group, STEIFF, Mayoral, GOL, Boboli, Kaporal und Sterntaler, um nur einige zu nennen, haben wir einen erfolgreichen Start der KIDS WORLD vorzuweisen. Im Dezember zieht auch die Sanetta Gruppe in die KIDS WORLD. Es warten noch weitere Überraschungen - stay tuned!

Eine weitere Neuerung ist unsere 2. Wäsche- und Bademoden-Orderwoche, die vom 11.8. bis zum 16.8.2018 stattfindet und unser Sunday Shopping am 12.8. einschließt. Sie sind uns hierzu herzlich willkommen.

Genießen Sie mit uns die heiße Phase des Jahres, mit Fashion-BBQs, den HAKA DAYS und weiteren Aktionen, u.a. Hajo Sports Bar, Zippo Pop-Up und vielen mehr in den hdm.

Herzlichst,

Ihr Service- und Marketing-Team der hdm.

editorial

BILD: SMITH & SOUL – DIE AGENTUR

BILD: SOUL KATHRINE – DENARIO

BILD: MARYLEY – AGENTUR SINA

BILD: MODEAGENTUR TOM WOLL, MIKOSA

BILD: FRANK & FREI – ANNA JUSTPER

FAST FASHION

FAST FASHION – DER SCHLÜSSEL FÜR IHRE SORTIMENTSERTRÄGE

Die Häuser der Mode Frankfurt sind im letzten Jahr in einer von der Textilwirtschaft durchgeführten, bundesweiten Einkäufer-Befragung zur Nummer 1 unter den klassischen Modeorderzentren in den Bereichen Fast Fashion, Pronto Moda und Events gewählt worden. Aufgrund der Aktualität des Themas haben wir uns entschlossen, erstmals seit über 10 Jahren wieder eine Werbekampagne in führenden Branchenmedien und auf den eigenen Social-Media-Kanälen für die hdm zum Thema Fast Fashion zu machen.

In unseren Augen ist das kurzfristig orderbare Angebot ein Lösungsansatz für viele aktuelle Probleme des Handels: Zu wenig Trends, langweilige Sortimente, zu lange Kapitalbindung, zu geringe LUG – letztendlich zu wenig Kunden und Marge.
Wie gut, dass es mittlerweile hervorragende Angebote hochmodischer, qualitativer Anbieter im Markt gibt, die man ohne Limitvorgaben, kurzfristig nach Bedarf ordern kann und die aktuelle, saisonale Trends abbilden. Wir in den hdm haben uns in den letzten Jahren verstärkt um solche Anbieter und spezialisierte Agenturen bemüht, die teilweise national Fast-Selling-Kollektionen vertreiben.

Mittlerweile sind rund 200 Fast Fashion Marken oder 25% des Orderangebots der hdm innerhalb von 6 Wochen oder kürzer lieferbar. Der konsequente Aufbau dieser Ordersparte, die die Wettbewerbsfähigkeit des Einzelhandels gegenüber den vertikalen Playern stärken soll, ist somit neben dem vertikalen, qualitativen Orderangebot die zweite, wesentliche Säule des Mode-Order-Centers geworden und verschafft dem zentral gelegenen Standort mit über 80 Tsd. Einkäufer-besuchen in 2017 eine führende Rolle in Deutschland.

Besuchen Sie uns doch mal und entdecken Sie die neuen Möglichkeiten für Ihr Sortiment. Zur besseren Orientierung wollen wir Ihnen ein paar Agenturen als Beispiel empfehlen:

Ein Paradebeispiel ist die **Agentur SINA** von Birgit Ende. Mit einem Portfolio von italienischen Marken wie Miss Miss, Motel, Souvenir und Babylon deckt die Agentur von Modern bis Premium ein großes Spektrum ab, welches z.T. auch als Pronto-Angebot verfügbar ist und kaum noch Wünsche offen lässt. Wieder zurück ist auch Maryley mit hoch modischen Designs. Die Mischung an urbaner, hoch modischer, klassischer bis businesstauglicher Mode ist sicherlich einzigartig in Deutschland.

Im Bereich Accessoires ist die **DENARIO** Handelsagentur von Frau Christiane Wolff ein sehr schönes Beispiel. Neben Brands wie Axel Accessoires, Cats, Glove Story und dem eigenen Brand Denario, ist auch Soul Kathrine eine junge, frische Marke und die für Bohemian Eleganz verbunden mit modernen Ethno Elementen steht. Die perfekte Symbiose von östlichen und westlichen Einflüssen sowie dem Gefühl von Freiheit und Sexappeal.

Das Team von **Frank & frei** setzt erfolgreich auf eine Mischung angesagter Orderfirmen wie Esqualo, Frieda & Freddies, Blue Monkey Jeans und Speed-order-Firmen wie DIFF', DECAY und Anna Justper. Anna Justper belebt mit 12 kurzfristigen Monats-Kollektionen und eigenen, hochmodernen Contemporary-Styles im mittleren Preissegment die P.O.S. des Modefachhandels.

DIE AGENTUR von Herrn Wahl setzt einen weiteren Schwerpunkt in unserem Fast Fashion Segment mit den Fast Fashion Labels: Heimatliebe, Smith & Soul sowie CUCCARA mit einem Sofortlagerprogramm. Smith & Soul, beispielsweise, folgt dem Ruf des Marktes nach einer anspruchsvollen, lässigen Kollektion mit einem fairen Preis-Leistungsverhältnis und umfasst einen coolen Mix aus Jersey-Shirts, Strick und Sweat mit cleanen Schnitten in supersoften Qualitäten und verschiedenen Strukturen.

Nochmal erweitert hat sich das Powerhaus von **Tom Woll**. Mit den nun 6 Fast Fashion Kollektionen: BE FAMOUS Accessoires, C.O.J. Denim mit Lagerprogramm, KLEINIGKEIT, Key Largo, ZAUBERSTERN und ganz neu MIKOSA, zelebriert die Agentur Trendthemen, ausgefallende Styles, Statement-Kollektionen und kurzfristige Verfügbarkeit. Dies gelingt idealerweise mit Ware die kurzfristig bestellt und geliefert werden kann. Genau hier setzt das Konzept der Modeagentur Tom Woll an. Die Produkte sind sofort vom Lager lieferbar mit einem perfekten Preis-Leistungs-verhältnis in top Qualitäten.

Mit Frauke Ludowig als Testimonial zeigt FUNKY STAFF, in der Modeagentur **MODEKLARHEIT**, dass Trendstyles nicht nur für U30 gemacht werden.
Lässige Streetwear im 12 Monatsrhythmus wird in den hdm ebenso präsentiert wie die einzige Fast Selling Männerkollektion von GIANNI LUPO aus Italien in der **Agentur Wildhardt.** Lässig, von Streetwear bis Casual Business und top aktuell.

Mit Fast Fashion in Reinform ist auch die Agentur **JEANSKRAFT** mit dem gleichnamigen Erfolgslabel aus München eingetroffen und vertreibt nun auch die knallige Kollektion RISSKIO Italy als Order- und Pronto-Angebot im gewohnten Erdgeschoss Showroom.

Wir könnten hier noch unendlich weitermachen - empfehlen an dieser Stelle aber den persönlichen Besuch bei uns in den hdm oder gehen Sie auf unsere Website. Unter Showrooms, Fast Fashion anklicken und eintauchen in die schnelle, neue und profitable Fashionwelt

CAMPO FASHION BY GALA

INTERVIEW MIT INHABERIN GALINA KOSARA

FRAU KOSARA, SIE HABEN CAMPO VOR EINEM JAHR ÜBERNOMMEN WIE HABEN SIE DIE ZEIT BISHER ERLEBT?

Für mich war Campo die Chance eine neue Richtung einzuschlagen. Campo Fashion gibt es bereits seit über 30 Jahren, ich habe die Agentur vor einem Jahr übernommen und bin glücklich mit dieser Entscheidung. Es gibt immer neue Herausforderungen und Aufgaben zu bewältigen, so wird einem in diesem Job nie langweilig. Der große Vorteil in der Modebranche ist, dass Frauen immer Bedarf nach neuer Bekleidung haben, ich gehe hier von mir aus. Das klingt nach einem stetigen Business, es könnte jedoch kaum abwechslungsreicher sein. Und dennoch die Mode bleibt, immer.

WIE WÜRDEN SIE DAS SORTIMENT VON CAMPO BESCHREIBEN?

Unser Sortiment ist ein ausgeglichener Mix aus sportlich und klassisch in den Größen 36 - 48. Wir sprechen Frauen an die im Leben stehen und Wert auf Mode legen, die sie in jeder Situation ihres Lebens begleitet, deren Qualität spürbar und ersichtlich ist. Zu unserem Sortiment gehören Blusen, Shirts, Strickwaren, Kleider, Hosen, Röcke, Jeans, Jacken & Mäntel. Schuhe führen wir nur im Sommer. Zu unseren Hausmarken gehören Me & Lou, One Two Luxzuz, Place du Soleil, ZuZu und verschiedene Mode Made in Paris.

WAS MACHT CAMPO FASHION BY GALA AUS?

Zusammen mit meinen Partnern wird jedes einzelne Teil von uns entworfen und produziert. 90% unseres Sortiments entstehen in Italien, daher haben wir die Möglichkeit sehr schnell auf Trends oder Nachfrage zu reagieren. Auch die Stoffe für unsere Kollektionen wählen wir eigenhändig aus und haben so einen deutlich höheren Einfluss auf die Qualität des fertigen Produktes. Für unsere Kollektionen nutzen wir hochwertige Naturfasern. Kunstfasern werden bei uns nur eingesetzt wenn es der Produktnutzen erfordert. Zusätzlich zeichnen wir uns durch unser hervorragendes Stricksortiment aus. Speziell im Winter werden unsere Strickwaren durch sorgfältig ausgewählte Materialien wie Kaschmir, Viskose und Merinowolle zu absoluten Lieblingsteilen. Auch im Frühjahr und Sommer haben wir die richtigen Begleiter für kühlere Abende. Hier setzen wir vornehmlich auf Baumwolle und Viskose. In den Sommermonaten haben wir eine Orderkollektion der Firma Place du Soleil, welche hervorragende Qualität an Stoffen und Modellen bietet und noch mehr Lust auf Sommer macht. All unsere Lieferanten und Produzenten werden persönlich ausgewählt, nur so können wir unserem Qualitätsanspruch gerecht werden. Diese Liebe zum Detail macht uns aus.Welche Besonderheiten erwarten die Kunden bei euch?

WELCHE BESONDERHEITEN ERWARTEN DIE KUNDEN BEI IHNEN?

Eine weitere Besonderheit ist unsere Mindestabnahme, diese beträgt lediglich 5 Teile pro Einkauf. So können wir dem Händler die, in der aktuellen Zeit notwendige Flexibilität bieten und das Risiko deutlich minimieren, große Ordermengen abnehmen zu müssen und diese eventuell nicht zu verkaufen. Bei uns jedoch erhalten die Kunden die Möglichkeit, sich bei Bedarf ein bis zwei Mal die Woche mit neuer Ware zu versorgen. Diese kann bei uns vor Ort absortiert werden. Durch diese schnelle Drehung in unserem Sortiment wird der Kunde immer etwas Neues finden und kann somit auch die eigenen Flächen stetig mit neuer Ware bestücken. Überzeugen Sie sich bei einem persönlichen Besuch von unserem Angebot, wir freuen uns auf Sie!

WORAUF DÜRFEN SICH IHRE KUNDEN IN DER ZUKUNFT FREUEN?

Unsere Kunden erwartet ab Mitte Juli die erste Herbstware. Neben den monatlichen Shopping Sundays sind weitere Aktionen und Specials geplant. Um unser Sortiment noch mehr auf die Bedürfnisse unserer Kunden abzustimmen werden wir auch Accessoires mit in unser Repertoire aufnehmen. Wir freuen uns, auch zukünftig Frauenherzen höher schlagen zu lassen und heißen Sie bei uns herzlich willkommen.

Interviewer: Kiona König

PLACE DU SOLEIL ...ZUZU ONE TWO LUXZUZ me & lou

B.Bros
TAILORED SINCE 1923

BRÜHL
FINE TROUSERS
SINCE 1923

MODEAGENTUR LÖRNER · BERNHARD LÖRNER
Raum 0673 · Haus der Mode 4 · D - 65760 Eschborn
Tel.: +49 6401 90240 · Fax: +49 6401 90241
Mobil: +49 171 6465330 · E-Mail: bl@modeagenturloerner.de

NEUE SHOWROOMS

HANDELSAGENTUR ELLEN SCHWARZ

Die Handelsagentur Ellen Schwarz zeichnet sich vor allem durch die stationäre Exklusivität der Kollektionen für den Endverbraucher aus. Das heißt die Kollektionen **FOX's, Simclan, Finesse, Vetono** und **Angoor** sind für Endverbraucher nur im Einzelhandel erhältlich, auch die Firmen selbst verkaufen die Kollektionen nicht Online. Zusätzlich gibt es für die Hauptkollektionen ein kleines Lager, auf das die Händler zugreifen können. Alle Kollektionen sind optimal aufeinander abgestimmt und bedienen gemeinsam jeden Kundentyp ab Größe 34.

Überzeugen Sie sich vor Ort im Showroom Haus 3, 01. Etage, Raum 0150.

JEANSKRAFT UG

Wir sind eine Modeagentur für Fast Fashion und Lifestyle Produkte. Dabei schaffen wir eine Lifestyle-Welt aus Textilien, Schmuck und anderen Accessoires. Durch das ausgewählte Sortiment an Sofortware, finden Sie immer die richtige Ware zur richtigen Zeit. Freuen Sie sich auf die aktuellen Trends und nutzen Sie unser flexibles Angebot, ohne Mindestorder. Wir sorgen für stetig frischen Wind in Ihrem Sortiment und versorgen Sie mit Rennern.

Sie finden uns in unserem neuen Showroom im Haus 4, 01. Etage, Raum 0159-0161.

TAM FASHION GMBH

HAILY'S und **Zabaione** wurden 2012 von Einzelhändlern gegründet, die erkannt haben, dass das klassische Vororder-System den Anforderungen des modernen Mode-Einzelhandels nicht gerecht wird. Wir entwerfen und produzieren erschwingliche und trendige Mode für Frauen, Männer, Jugendliche und Kinder. Wir sind der Meinung, dass der Kauf von Mode einfach sein und Spaß machen soll. Unser Ziel sind glückliche Kunden, die gut aussehen und nach dem Kauf noch Geld übrig haben. Wir glauben nicht an Vorder-Systeme und lange Vorlaufzeiten.

Wir heißen Sie herzlich in unserem neuen Showroom Willkommen. Haus 3, 01. Etage, Raum 0153

KIDS FASHION GROUP GMBH

Die Kids Fashion Group GmbH freut sich, Sie im neuen Showroom zu begrüßen. Wir bieten in unserem Showroom Größen von 44 - 176 an. Mit unseren Marken **LEMMI, bellybutton, Döll, Kanz, Ticket to Heaven, Passigatti, Tom Tailor Kids** und **Marc O'Polo Junior** bieten wir Ihnen ausgewählte Spezialisten für Kindermode in verschiedenen Preislagen und möchten die unterschiedlichsten Bedürfnisse der Kinder optimal ansprechen. Dazu gehören modische Kollektionen, phantasievolle Designs, beste Qualitäten, sowie gute Verarbeitung und Passformen, die Kinder unbeschwert „Kind sein" lassen.

Sie finden uns in Haus 3, Mezzanin, Raum E163

WINTER 18/19
COLLECTION

A-Zone

WWW.ACCESSORYZONE.EU or order directly on **WWW.A-ZONE.EU**

Berlin * Brüssel * Eschborn * Hamburg * Leipzig * München * Neuss * Salzburg * Sindelfingen

SOMMERMANN

Sommermann KG
Frau Lena Bohrer
Haus 1 • Raum 0520

Viel Abwechslung durch intensive Farbspiele und leuchtende Drucke bietet die Sommermann Kollektion Frühjahr 2019.

Neue Linienführungen und fließende Materialien inszenieren moderne Silhouetten im Smart Travel Look.

Sportiv und elegant: Der Blusenparka in kühlem Indigo kombiniert mit frischen Grüntönen in aktuellem tropischen Blätterdesign.

Hans Fritz • Haus 3
7. Etage • Raum 0751
www.golléhaug.de

YOURCONCEPT by golléhaug – Lässig und Authentisch

yourConcept startet mit vielen Lieblingsteilen in die kommende Sommer-Saison. Mal mit sanfteren Colours, mal mit expressivem Farbspiel – dazwischen beruhigt frisches Weiss in allen drei Lieferterminen. Unkomplizierte Looks und starke Einzelteile übertragen den Urban Spirit und bringen Spannung in den Easy-Chic.

KIDS WORLD

Schöne neue Kinderwelt

Wir haben lange daran gearbeitet, Ihnen auch unsere Spezialsortimente wie Kinder, Wäsche und Sport in der gewohnten „Dichte“ präsentieren zu können, und freuen uns sehr Ende 2018 diese Umstrukturierungsprozesse abzuschließen. Das neue Zuhause unserer Kindersortimente ist nun das Mezzanin im hdm 3 und 4. Mit den Ankerfirmen Mayoral (Agentur De Le Roi), Marc O'Polo und Tom Tailor (Kids Fashion Group), Steiff und ab Dezember der kompletten Sanetta Gruppe freuen wir uns mit Ihnen, auf ein deutlich erweitertes KIKO-Sortiment in den hdm Frankfurt.

Auf knapp 1300 qm finden Sie auch die Showrooms der Marke Sterntaler und der Agenturen HaWei (u.a. Key Largo, GOL, Blue Effect), Schuld (Bondi, Kaporal) und Giller (u.a. Boboli) in ihren neuen Räumlichkeiten. Weitere, neue Inhalte folgen zur Saison FS 2019 inklusive einer KIKO-Orderwoche in den hdm Frankfurt. Zudem haben wir noch viele, den Hauptkollektionen zugeordnete KIKO-Angebote in den hdm, wie z.B. Petrol, Desigual, Blue Seven, Campagnolo, Spyder, Jack Wolfskin uvm. Zur Übersicht des gesamten Angebotes für Kinderbekleidung in den hdm gehen Sie bitte auf unsere Website unter Showrooms und klicken Sie auf KINDER.

BILD: STEIFF

Der "Knopf im Ohr" - ist weltweit die Marke von unverwechselbarer Qualität. Bereits 1904 suchte Franz Steiff, der Neffe von Margarete, nach einem Weg, um Steiff Produkte vor Nachahmung zu schützen. Seine großartige Idee wurde später zum Inbegriff von Qualität und Handarbeit. Ein Metallknopf im Ohr als Schützetikett. Anfänglich mit einem Elefantenmotiv eingraviert, trug der Metallknopf bald die Marke und wurde damit untrennbar mit der Marke. "Steiff-Knopf im Ohr" ist ein weltweit renommiertes und einzigartiges Markenzeichen, das immer noch für Qualität, Reichtum an Ideen und unternehmerischem Geist steht. Steiff hat seine eigene Kindermodelinie. Ab 2018 wird die Kindermodelinie von Steiff gestaltet, produziert und verkauft und ist somit ein bedeutender Bestandteil der Margarete Steiff GmbH.

MARGARETE STEIFF GMBH, HAUS 3, MEZZANIN, RAUM E149

Sterntaler hilft Babys und Kleinkindern die Welt zu entdecken und den Eltern, den Alltag zu erleichtern. Für die über 1.000 Sterntaler-Mitarbeiter weltweit stehen Qualität, Design und Innovation im Fokus ihrer Arbeit. Ganzheitlich die Welt entdecken - mit Sterntaler lernen Babys und Kleinkinder die Welt zu begreifen und unsere hochwertigen und vielseitigen Produkte bieten den Kleinen genau das, was sie für eine gesunde Entwicklung in einer liebevollen Umgebung brauchen.

STERNTALER GMBH, HAUS 4, MEZZANIN, RAUM E154

BILD: STERNTALER

KIDS FASHION GROUP GMBH, HAUS 3, MEZZANIN, RAUM E163

BILD: MARC O'POLO

Die typischen Marc O'Polo-Farben und Designs holen skandinavisches Lebensgefühl in den Kleiderschrank und sind aufgrund ihrer guten Qualität für jedes Abenteuer geeignet. Ob Strampler oder süße Jäckchen bis Größe 56 bis 86 für die Kleinsten, oder bequeme Shirts und Hosen in den Größen 92 bis 128 für die Minis. Marc O'Polo Junior bietet Spiel- und Tobefreiraum bei beständiger Qualität und auch für die Teens gibt es von Marc O'Polo Junior in Größe 116 bis 176 angesagte Klamotten für Boys und Girls.

HANDELSVERTRETUNG RALF MICHENFELDER, HAUS 1, 08. ETAGE, RAUM 0811-812 (AB DEZEMBER 2018 IM HAUS 3, MEZZANIN, RAUM E150)

Sanetta Kindermode begleitet Kinder von Geburt an bis ins Teenie-Alter. Für Jungen und Mädchen von 0 bis 3 Jahren finden Sie ein breit gefächertes Angebot an Textilien für modebewusste, coole Kids im Alter von 3 bis 14 Jahren. Unsere Kindermode gliedert sich in Unterwäsche, Nachtwäsche, Bademode sowie Bademäntel und umfasst unter den Marken Eat Ants und Sanetta Fiftyseven auch ein buntes Angebot an Oberbekleidung für jeden Anlass und jede Jahreszeit. Modische und liebenswerte Designs verbinden sich in unserer Kindermode mit hohen Qualitätsmaßstäben, mit einem hohen Maß an Tragekomfort und der Verwendung langlebiger, strapazierfähiger Materialien.

BILD: SANETTA

HARNISCH UND WEIG GBR, HAUS 4, MEZZANIN, RAUM E157

KEY LARGO ist für Frauen, Männer und Kinder, die einen individuellen Stil haben, die stark sind, die sich selbst lieben, die wissen, dass Sie geliebt werden, und die ihr Leben lieben. Der einmalige Mix aus Basics und ausgefallenen Styles macht KEY LARGO zu einer Mode, die die KEY LARGO Frau, der KEY LARGO Mann und das KEY LARGO KIND täglich lieben zu tragen – egal ob es für die Party am Abend ist oder für den gewöhnlichen Alltag.

BILD: KEY LARGO KIDS

AGENTUR CHARLOTTE SCHULD, HAUS 4, MEZZANIN, RAUM E159

Eine französische Erfolgsgeschichte – 13 Jahre rasender Aufstieg. Geboren 2004 in Marseille, in der historischen Hauptstadt der Denim Manufaktur in Frankreich. Unnachahmliche Schnitte, sofort erkennbare Details, hohen Modegrad, das macht die Marke so beliebt und unvergleichlich. Heute steht Kaporal für eine authentische, qualitative, kreative Mode mit einem sehr guten Preisverhältnis.

BILD: KAPORAL

BILD: BOBOLI

HANDELSAGENTUR URSULA GILLER, HAUS 4, MEZZANIN, RAUM E167

Seit unsere Marke im Jahr 1984 das Licht der Welt erblickte, haben wir von boboli unermüdlich erkundet und erforscht… neue Trends, vielerlei Muster, neue Märkte… wir sind von Natur aus neugierig… WIE DIE BOBOLI-KINDER! Die Kollektion ist umfangreich, eine Vielzahl unterschiedlicher Stoffe, Farben, Stickereien, Muster. 2 Kollektionen pro Jahr mit 6 Produktlinien: Newborn, Baby, Kids, Acqua, Soft, Chic. Über 700 Modelle pro Saison.

BILD: MAYORAL

AGENTUR DE LE ROI, HAUS 3, MEZZANIN, RAUM E153

Mayoral ist ein Familienunternehmen mit Geschichte und besteht auf dem Markt seit mehr als 70 Jahren. Mayoral ist im Bereich Kindermode der Marktführer auf der iberischen Halbinsel und eines der führenden Unternehmen in Europa in diesem Segment. Das Design unserer Kleidungsstücke kombiniert Qualität, Mode und Funktionalität zu rationalen Preisen. Mayoral bietet Kleidung für Neugeborene, Babys, Mini und Mädchen und begleitet junge Mädchen bei jedem Schritt.

HAJO SPORTS BAR

Auch in diesem Sommer wird es vom 06. bis 12. August wieder die Hajo Sports Bar geben. Genießen Sie erfrischende coole Drinks während der heißen Orderphase. Es erwarten Sie spritzige Cocktails und Erfrischungen, mit und ohne Alkohol, in entspannter Atmosphäre. Gönnen Sie sich eine kleine Pause und tanken Sie Kraft in der Sommersonne.

BILD: HAJO SPORTS BAR

FASHION BBQ

FASHION BBQ BY PASTA PAOLO

In den warmen Sommermonaten ist es bereits eine kleine Tradition, gastronomisch mit frischen und köstlichen Grill-spezialitäten von unserem Bistro Pasta Paolo, Herr Kaufmann und seinem Team, verwöhnt zu werden. Das FASHION BBQ erwartet Sie jeden Donnerstag über die gesamte Orderzeit. Lassen Sie sich vom Chef persönlich verwöhnen.

ZIPPO POP-UP

Pünktlich zur Order-Saison ist auch die Kultmarke Zippo am 18./19. Juli bei den HAKA DAYS vertreten. Im Foyer des hdm Turm, werden Ihnen Leder Accessoires in hochwertiger Qualität als perfekte Zippo-Ergänzung für den Mann sowie modischen Lese- und Sonnenbrillen präsentiert. Natürlich fehlt auch das Kult-Feuerzeug mit dem charakte-ristischen Click, das immer funktioniert, nicht – unentbehrliche Ausstattung für Outdoor-Fans und begehrtes Objekt für Sammler. Zudem gibt's lohnende Angebote im Rahmen der HAKA DAYS.

NEUE ANBIETER

BILD: FABER WOMAN

MODEAGENTUR STEFAN STENGER

Mit dem Label **FABER WOMAN** vergrößert die Modeagentur Stefan Stenger ihre Präsenz in den hdm und heißt Sie herzlich Willkommen.
hdm 1, 7. Etage, Raum 0708

HANDELSAGENTUR HUBERT LESSMANN GMBH

Ab Juli finden Sie die Handelsagentur Lessmann für Modern Woman mit den Brands **ArmAdilli & S'questo** und die himmlischen Hosen und Jeans der Firma **Angels**. Die Agentur Lessmann freut sich auf Ihren Besuch.
hdm 3, 1. Etage, Raum 0148

HANDELSAGENTUR MARCO KUNERT & AGENTUR KIRSCHBAUM

Zum Start der neuen Orderphase begrüßt Sie Herr Marco Kunert mit den Brands **Berg Outdoor, Pro-X** und **Protest** zusammen mit Herrn Patrick Kirschbaum und den Marken **Head** und **Holmenkol** im neuen Showroom.
hdm 4, 4. Etage, Raum 0476

MUM-MODEAGENTUR UTE MAYER

Mit den femininen Kollektionen **Eve in paradise, Mia Mai** und **Minx** begrüßt Sie Frau Ute Mayer in ihrem neuen Showroom.
hdm 1, 7. Etage, Raum 0720

BILD: PROTEST

UMZÜGE

BILD: HAPPY DUCK

OSPIG GMBH & CO. KG

Auch die Firma Ospig GmbH & Co. KG zieht mit ihrem Label **Paddock´s** zur neuen Ordersaison in einen neuen Showroom und empfängt Sie ab Mitte Juli in der 6. Etage des hdm 1. Herr Schröder freut sich auf Ihren Besuch.
hdm 1, 6. Etage, Raum 0620

DESIGUAL DEUTSCHLAND

Ebenfalls neue Räumlichkeiten hat das Label **DESIGUAL** bezogen. Herr Axel Pienkowski begrüßt Sie zur neuen Orderrunde in der 9. Etage des hdm Turm.
hdm Turm, 9. Etage, Raum 0933

IVORY R. L. MODEAGENTUR

Die Modeagentur Ivory freut sich auf Sie in ihrem neuen Raum in der 7. Etage des hdm 4 und begrüßt Sie mit den Kollektionen: **Oui, Freudenrausch** und **Happy Duck**.
hdm 4, 7. Etage, Raum 0761

CASAMODA HEINRICH KATT GMBH & CO. KG

In neuen Räumlichkeiten in der 6. Etage begrüßt Sie das Label **CASAMODA** in frischem und modernem Ambiente. Ihre Ansprechpartner Herr Joachim Müller und Herr Gerhard Deuchert freuen sich, Sie in den neuen Räumen willkommen zu heißen.
hdm 1, 6. Etage, Raum 0614

AGENTUR WILHELM GRÄBER GMBH

Ab Juli finden Sie das Accessoires Center Eschborn in seinem neuen Showroom in der 2. Etage des hdm Turm, mit den Kollektionen: **ace., FRAAS, Seeberger, Bali-BAli, GIUNO, SUNSA, Olivia Lauren, Lilly & Jack, Sympatico & Wigglesteps**.
hdm Turm, 2. Etage, Raum 0228

BILD: CASAMODA

„YOU DON'T MAKE MONEY WITH SOCIAL MEDIA. YOU MAKE MONEY WITH PEOPLE WHO TRUST YOU."

– ADAM SINGER

SOCIAL MEDIA MARKETING – ARBEITEN MIT INFLUENCERN

Das Thema Influencer-Marketing hat schon lange seinen Weg in die Marketing Abteilungen gefunden und ist derzeit auf der Überholspur.

Um Botschaften an spezielle Zielgruppen auszuspielen oder die eigene Reichweite zu steigern – die Möglichkeiten sind schier endlos.

Dass der Aufwand, der dafür betrieben werden muss, nicht nebenbei stattfindet, zeigt die Komplexität der Auswahl und Steuerung solcher Kampagnen.

Denn nicht jeder Influencer harmoniert mit jedem Unternehmen bzw. Produkt.

Influencer unterscheiden sich nicht nur durch verschiedene Marktsegmente, sondern auch durch die Art und Weise, wie sie ihren Content in den sozialen Medien verbreiten.

Bevor Sie sich also auf die Suche nach einem potenziellen Social Media Partner machen, sollten Sie sich überlegen, in welcher Form Sie zu den Punkten Relevanz, Reichweite und Resonanz stehen.

Werden Inhalte geteilt, die für Ihr Unternehmen interessant sind? Wie hoch ist die Anzahl der über die Follower des Influencers erreichbaren Nutzer, die einen geschäftlichen Wert für Sie darstellen? Wie sieht es mit der Kommunikation – Kommentare, Likes, Diskussionen – der Follower aus? Haben Sie für diese Punkte Antworten gefunden, geht es daran, die Zielgruppe abzustecken.

Hier sollten Sie sich klare und realistische Ziele setzen. Wie bei jeder Marketing-strategie kann nicht allumfassend jeder erreicht werden. Definieren Sie eine abbildbare Zielgruppe, die auch die gewisse Affinität zu den sozialen Medien hat.

VERTRAUEN IST DAS A UND O

Ihre Kunden und alle die es einmal werden könnten, müssen Vertrauen zu dem ausgewählten Influencer haben. Ohne Vertrauen und Respekt können Ihre Maßnahmen keine Wirkung zeigen.

Sobald Sie genau definiert haben, wer Ihre Zielgruppe ist, sollten Sie daher nach den bekannten Influencern, die Ihre Zielgruppe schon im Vorfeld als Quelle genutzt haben, suchen. Vergessen Sie dabei aber nicht, dass die Reichweite nicht alles ist. Dazu sind auch die beiden anderen Rs nötig: Relevanz und Resonanz. Halten Sie also Ausschau nach Followern mit einer hohen Interaktionsrate – also möglichst vielen Zugriffen, Likes, Kommentaren und geteilten Inhalten.

Eine große Zahl an Followern ist nur bedeutsam, wenn diese die Inhalte auch aufmerksam verfolgen und mit ihnen interagieren.

Haben Sie eine Auswahl getroffen die zu Ihren Maßnahmen passt? Perfekt, dann sollten Sie nun Kontakt aufnehmen, indem Sie sich auf auf Inhalte beziehen, die dieser Influencer bereits geteilt hat, oder auf Konversationen, die er gerade führt.

Sobald beide Seiten grundsätzlich interessiert an einer Zusammenarbeit sind, gilt es die Do's and Dont's abzustecken. Verhandeln und Besprechen Sie alles rund um Platzierungen und Format. Welche Inhalte sollen wann, wo und wie oft passieren? Welche Informationen zum Produkt sollten erwähnt werden und was sind Tabus für die eigene Marke?

Das alles sollte schriftlich in einem Vertrag festgehalten werden. So können im Nachhinein keine Unstimmigkeiten zwischen Ihnen entstehen.

LAST BUT NOT LEAST – MESSEN SIE DIE ERGEBNISSE.

Jede Kampagne bedarf zwischendurch und vor allem zum Ende hin einer ausführlichen Analyse. Was wurde gemeinsam mit dem Kooperationspartner erreicht?

Ein Influencer sollte zur Auswertung einer Kampagne jederzeit Analytics und ausführliche Berichte zur Hand haben. Für Sie ist es aber auch wichtig, die Interaktionen zu messen und zu unterstützen.

Die Zusammenarbeit wird idealerweise durch Aktionen auf den eigenen Kanälen unterstützt. Teilen Sie also die Beiträge der Influencer, weisen Sie möglicherweise auf Gewinnspiele hin und sorgen Sie somit für einen Uplift der Kampagne. Stimmen Sie alle Aktivitäten auf Ihre Marketing Gesamtstrategie ab und prüfen und beobachten Sie die Ergebnisse, um Ihre Leistung stetig zu verbessern – genau wie bei jeder anderen Marketingmaßnahme.

Arbeiten Sie mit Kampagnen-Hashtags und Landingpages, so können Sie die Ergebnisse sehr detailliert selbst auswerten. Wie viele Medien wurden zu einem Hashtag gepostet? Wie viele User sind auf Ihre Landingpage gekommen?

Auch Verkäufe sind messbar, wenn Sie den Influencern Gutscheine oder Rabatte für Ihre Community einräumen.

Im Endeffekt wird also deutlich, dass es nicht nur eine Frage der Zeit ist, sondern auch eine Frage der Vorgehensweise, eine erfolgreiche Influencer Kampagne auszuspielen. Gerade bei Unternehmen die in sozialen Netzwerken wie Twitter, Facebook, und Instagram tätig sind, sollte eine Zusammenarbeit gut durchdacht werden.

Wird Influencer Marketing also effizient eingesetzt, sollte dem Erfolg nichts mehr im Wege stehen.

BILDER: SHUTTERSTOCK

SOMMERFRISCHE LEICHTIGKEIT…

Kontakt: Stefan Hahn
Haus der Mode 4
06. OG
Raum 0674
Tel. 0160/4776642

Im Frühjahr / Sommer 2019 ist die Stoffauswahl bei DIGEL – The menswear concept geprägt von Sommerlichkeit, Frische und Leichtigkeit. Fast schon klar, dass rund um die Farb-Themen Blau und Grau dann auch helle, natürliche und pastellige Nuancen eine wichtige Rolle spielen.

Zusätzliche wird neu eine Powerstretch-Kapsel lanciert - deren Anzüge, Sakkos, Hosen und Shirts einen Zusatzkick an Bewegungsfreiheit mitbringen.

F/S 2019

LET'S TALK ABOUT SUMMER TRENDS!

BILD: MORE & MORE

BILD: MARC AUREL

KEY DIRECTIONS

Prof. Dirk Wolfes (DMI) hat für die kommende Frühjahr/ Sommer-Saison 2019 die Key Directions für vier Themen definiert. Dabei stellte sich die Frage: „Wie bleibe ich in dieser medialen Welt mit Dauerinnovationen und Multichannel Kommunikation für meine Kunden und meinen Markt weiterhin sichtbar und wahrnehmbar?"

Die persönliche Haltung und der eigene Stil sind die entscheidenden Faktoren dafür.

BILD: ZERRES

THE INSPIRER

Ist ein stark eskapistisches Thema, das sich verstärkt mit kulturellen Wurzeln beschäftigt und Ausdruck in einem starken artisanalen und collagierten Stil findet.

THE ESSENTIALIST

Lebt einen funktionalen urbanen Stil, der sich am Realismus des Alltags mit all seinen Facetten orientiert.

THE TRESPASSER

Ist Ausdruck eines technischen Themas, in dem Fiktion und Realität durch Digitales und Analoges miteinander verwoben sind.

THE STAR

Provoziert maximale Aufmerksamkeit mit einem ironisierten Glam Bam. Dabei spielt er gleichermaßen mit den Items einer ästhetisierten Alltagskultur wie auch mit vermeintlich prunkvollem Luxus.

F/S 2019

FARBEN

Farbexperte Nils-Holger Wien beschreibt die aktuellen, vom Deutschen Modeinstitut in Zusammenarbeit mit internationalen Trendscouts entwickelten DMI Colour Cards wie folgt: „Eine Suche nach Erdung und Verständlichkeit ist in deutlich ruhigeren Farbstimmungen wahrzunehmen – in harmonischen Tonigkeiten und neutralen Materialfarben erleben wir den wachsenden Anspruch an taktile Qualität.“

BILD: MARC AUREL

EXCEPTIONAL – UNUSUAL AND EFFECTIVE

Eine Aufforderung, Mut zu haben, zu unerwarteten, ungewohnten, effektvollen Kombinationen. Auch dieses Farbprogramm bestimmen die Zwischentöne, jedoch in unterschiedlichen Helligkeiten und Intensitäten. In Drei- oder Vielklängen komponiert, steigern sich auffällige Töne zu plakativen, expressiven und dissonanten Kolorits

BILD: ZERRES

BILD: ZERRES

CALMING – SHADING AND HARMONIZING

Eine Verbindung aus Harmonien und Schattierungen mit warmen Intensitäten sowie milchig-opake Helligkeit oder tonige Materialfarben.

BILD: MORE & MORE

POLARIZING – BALANCING AND CONTRASTING

Ein Spiel mit dem Ausgleich von Kontrasten, in dem auffällige Simultankontraste durch die raffinierte Kombination von Zwischentönen harmonisiert werden. Die Kontraste werden vor allem durch farbige Differenz bestimmt, weniger durch harte Helligkeitsunterschiede. Sie bleiben in einer weichen Stimmung mit gebändigter Intensität, vor allem durch das tonige Auffächern und Einbinden der Kontrast-Pole.

BILD: MORE & MORE

MATERIALIEN

Winfried Rollmann vom Deutschen Modeinstitut beschreibt die Materialtrends für die kommende Saison wie folgt:

„DIE SPANNBREITE DES MATERIALTRENDS REICHT VON CONTEMPORARY MODERNISM BIS ZU EINEM JOYFUL ESCAPISM. HINZU KOMMT DER SUSTAINABLE IMPERATIVE. ZUR ALLTAGSTAUGLICHEN RELEVANZ GEHÖRT DER FOKUS AUF SUBSTANTIELLER LEICHTIGKEIT, EIN SESITIVER „CREAMY“

BILD: MORE & MORE

Flow und eine sleek Perfection. Funktionelle Bewegungsfreiheit mit 360° Move und Traveller Function haben in Natural-Tech Performance Konjunktur. Street Disruption knackt unbekümmert Klassik Codes. Dessins sind dezidiert modern und Anti-Retro. Als Gegenpol machen Phantasie und Fancyness starke Statements, die aber eindeutig weniger plakativ, als in Vorsaisons sein werden. Eine Argumented Naturality setzt auf artisanale, expressive Naturstrukturen, fibröse Garne und natural 3D. Artifizielle Materialien und unwirklich wirkende Dreamscapes verzaubern. Romantik wird dabei zum überraschenden Rulebreaker.

Exotische und tribale Vitalität in Farben und Patternvitaminiert unsere urbanen Standards. Eine neue Lust zum glamourösen Besonderen beschert uns opulent dekorierte Warenwelten, die den Alltag zum Fest machen.“

YARNS & KNITS

Ornella Bignami vom DMI beschreibt die Materialien für die kommende Frühjahr/ Sommer-Saison 2019 mit den Worten: „Digitale Bildwelten prägen unsere Wahrnehmung. Die Virtualität nimmt auch Einfluss auf die aktuelle Entwicklung im Strick wie auf die neuen Garne selbst. Innovative Garne werden durch komplexe Strickmuster zu bewegten Oberflächen verarbeitet. Die Mischung aus natürlichen mit synthetischen Fasern verbessern die Qualität wie die Performance der Garne. Sie ermöglichen originelle Farbeffekte sowie malerische und futuristische Strukturen. Experimentelle Muster und Materialien sind gesucht, die durch Einfachheit die Schönheiten der Maschenware dieser Saison bestimmen.“

BILD: MORE & MORE

TREND

Thomas Hill vom Deutschen Modeinstitut beschreibt die MEN Key Products wie folgt: „Die Menswear Silhouetten verlieren nochmals an strenge. Sakkos kommen fast gänzlich ohne Polster aus und lassen Luft zum Atmen, auch wenn die Körpernähe noch erkennbar bleibt. Blousons erweitern ihren Horizont und geben selbst dem Anzug bei innovativen Kollektionen einen neuen Auftritt. Hosen werden immer entspannter, und es bleibt nur eine Frage der Zeit, bis wann sich dies auch im allgemeinen Straßenbild zeigen wird. Einzig der Anzug hält an seinem Auftrag fest: Be Well Dressed! Ob Business oder Party Zone, schmal ist nach wie vor überwiegend das kommerzielle Erscheinungsbild. Opulenz durch die Wahl der Stoffe ist für viele Anlässe denkbar und bei den Vertikalen im jungen Segment schon gesichtet worden.

Wichtig nach wie vor das Cross-Dressing der verschiedenen Stile. Prägend bleibt der Megatrend Athleisure.“

BILDER: DIGEL

Style
is never out of fashion

Der Schutz des Fachhandels und damit letztendlich jedes Besuchers gab die Initialzündung für die theStyleID. Denn die damit verbundenen Einlass-Kontrollen sind mit einem gewissen Zeitaufwand verbunden. Um unseren Kunden noch mehr Service zu bieten, entstand der Gedanke einer ID. Somit können Sie die Eingangskontrolle vermeiden, denn mit dem Erwerb haben Sie sich bereits als Fashionprofessional ausgewiesen. So stellen wir auf unkompliziertem Wege sicher, dass ausschließlich Mode-Fachleute die HDM besuchen.*

- Kostenloses Parken auf dem Gelände der HDM
- Nur 15,- EUR brutto für zwei volle Jahre Laufzeit
- Vergünstigungen bei ausgewählten Kooperationspartnern
- Regelmäßige Informationen zu Terminen, Veranstaltungen und News
- Keine langen Wartezeiten: Fertigung direkt im Servicebüro inkl. kostenlosem Passbild-Service vor Ort

Wenn es um Mode geht, setzen Sie ruhig alles auf eine Karte!

*Beantragen Sie jetzt Ihre neue theStyleID und profitieren Sie von vielen Vorteilen!
Ein eigener Einzelhandel muss durch entsprechende Unterlagen nachgewiesen werden.

FASHION GALLERY BERLIN · MesseCenter DÜSSELDORF · hdm HÄUSER DER MODE FRANKFURT AM MAIN · DÜSSELDORF FASHION HOUSE · MTC world of fashion · HAUS DER MODE SINDELFINGEN

www.theStyleID.de

THE STYLE ID

www.theStyleID.de
Fachhandel
Laura Mustermann
370016001 02
Musterhaus GmbH.
Young Fashion

BILD: SHUTTERSTOCK

FABER WOMAN

KNITWEAR & MORE

MODEAGENTUR STENGER • Häuser der Mode Eschborn • Haus 1 • Raum 708
0173 3035677 • 0173 6969605 • modeagenturstenger@gmx.de
WWW.FABERWOMAN.DE