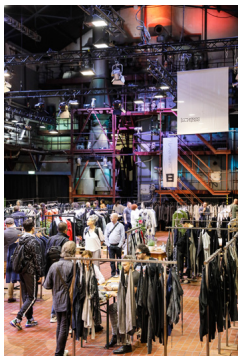
Written by J'N'C
Thursday, 25 July 2019 10:19 - Last Updated Thursday, 25 July 2019 10:41



„Wir sind sowohl mit der heute endenden, dreitägigen Kernlaufzeit als auch den beiden zusätzlich ergänzenden Rahmentagen durch das Showroom-Concept zufrieden und ziehen bereits jetzt Resumée: Auch in dieser Saison verläuft Gallery pari. Besonders die gute Bilanz im Showroombereich zieht schon jetzt weitere Agenturen als Neuaussteller an“, lautete Ulrike Kählers, Managing Director Igedo Company und Projektverantwortliche, Fazit am Montag.

Ab kommender Saison stärkt die Gallery ihren eigenen Auftritt durch das neue Logo ‚Gallery Fashion‘ als stimmiges Pendant zur erfolgreichen Schwestermesse ‚Gallery Shoes‘, aber auch zur Unterstreichung der über 70-jährigen Fashionexpertise der Igedo Company am international eingeführten Mode-Standort Düsseldorf.

Dass der Standort richtig ist, sehen auch Fashion flankierende Marken und Brand-Repräsentanten wie Ulrike Simon, Geschäftsführerin von ‚Bedacht hats and accessories‘ und Ausstellerin in ‚Alte Schmiedehallen‘: „Wir sind mit dem Messestandort, der Halle und dem Konzept sehr zufrieden. Unsere Kunden kommen gerne zum Ordern hierher und schätzen die angenehme Atmosphäre. Gallery bietet uns eine optimale Plattform, um unsere Kollektion stilvoll zu präsentieren. Neben unseren langjährigen, treuen Kunden gewinnen wir hier auch regelmäßig sehr interessante Neukunden.“

Neben vielen Neustimmen mit vergleichbarem Tenor setzt auch das stabile, langjährige Bekenntnis von Agenturen wie Klauser, Schiess oder Wunschnaht zur Gallery und ihrem ausgereiften Showroom Concept auf dem Areal Böhler deutliches Zeichen.

Abgerundet wurde die Veranstaltung durch ein vielseitiges Rahmenprogramm, unter anderem mit Gallery Trendview Frühjahr/Sommer 2020 von Alexander Radermacher, Fashion Director Igedo Company, und Karolina Landowski von Fashion Trend Pool. Ebenso wie durch einen Vortrag zu Fashion Cloud, die 350 Brands und 6.500 Händler aus 65 Ländern als Europas führende Wholesale B2B-Plattform und ‚All-In-One‘-Lösung vernetzt. Mehr Auswahl, mehr Warenverfügbarkeit, mehr Relevanz und wie der stationäre Einzelhandel Amazon & Co bezwingen kann, stand im Zentrum des Vortrags von Scalerion. Zudem zahlreiche Veranstaltungen des VDMD, unter anderem zu einer neuen Trend-App mit interaktiver, virtueller Darstellung von Farben, Farbdaten, Trends und Moods.

Weitere Informationen unter gallery-duesseldorf.com .