

Gallery



Preview

Gallery Düsseldorf

International Fashion Trade Show

26. – 28. Januar 2019

mit

SHOWROOM CONCEPT

25. – 29. Januar 2019

- *Steigende Nachfrage und Belegung von ACCESSORIES & SHOES*
- *Neuer zentraler Haupteingang zur Bündelung aller Besuchergruppen*
- *Digitales Ticket- und Zutrittssystem nach neuesten internationalen Standards*
- *Gallery Trendview mit Orderthemen für Herbst/Winter 2019/20 und VDMD-Panel*

Das inzwischen manifestierte Zusammenspiel der beiden Igedo-Schwestertermessen Gallery und Gallery SHOES greift: Immer mehr Schuh- und Accessoires-Aussteller nutzen die vier möglichen Präsenztermine auf dem Areal Böhler und greifen verstärkt auf Gallery, als frühen Ordertermin in Düsseldorf, auch für dieses Segment zurück. Das SHOWROOM CONCEPT mit seinen expandierten Laufzeiten kommt dieser wachsenden Nachfrage besonders zugute.

ROLAND HOFFMANN Public Relations / Consulting GmbH

Kaiserswerther Straße 115, 40474 Düsseldorf, Fon +49 211 585876-80, Fax +49 211 585876-87, E-mail info@rh-pr.de, www.rh-pr.de,
https://instagram.com/roland_hoffmann_pr

Gallery



Mehr Schuhe und Accessoires

„Schuhe und Accessoires waren bereits im Juli 2018 verstärkt gefragt: Für 45% der rund 6.000 europaweiten Fachbesucher stand das Sichten und Ordern von Schuhen, Taschen, Lederwaren, Schmuck und Accessoires verpflichtend auf dem Programm“, fasst Ulrike Kähler, Managing Director Igedo Company und Project Director Gallery & Gallery SHOES zusammen. „Bemerkenswert ist, dass für immer mehr schuhspezifische Agenturen und Marken der frühere Termin zusätzlich wichtig geworden ist.“ Zu den Neuzugängen in der ›Kaltstahlhalle‹, dem Zuhause des SHOWROOM CONCEPT, zählen beispielsweise spezialisierte Agenturen wie *One Eleven*, *Stornello* und *xplusplus* oder Brands wie *Café Noir*, *Liz Fedder Shoe&Style* und *Lottusse* zu den Namen.

Neu dabei sind zudem Accessoires-Marken wie *Admaiora* und *Il Cappellaio Matto* aus Italien, *Börjesson Handskar* aus Schweden, das belgische Label *CATH•S*, deutsche Marken wie *Ambra*, *b.belt*, *Vanzetti* und *Djian*. Außerdem *Hi-Di-Hi* aus den Niederlanden, das Schweizer Brand *Veronica Gautsch*. Erneut vertreten, Accessoires-Labels wie *Ahmaddy*, *Anna Kaszer*, *Bellissima*, *cimp Schmuckdesign*, *Caridei*, *MGM Design*, *P-Modekontor*, *Otracosa* oder *P-Silk Route* als auch Hutbrands wie *Alfonso D'Este*, *bedacht*, *ID Hats*, *Kopka* oder *Mayser*.

„Auf der Gallery, ähnlich wie auf vergleichbaren Erfolgsformaten z. B. in Paris, ist die Kombination von Fashion und begleitenden Produktgruppen aufgrund des vorhandenen Potenzials nutzbarer Fläche noch möglich. Lässige Sportswear ist hier ebenso zu finden wie internationale Designerfashion, trendige Sneaker ebenso wie super feminine Marken-Stilettos. Abgerundet von Taschen, Schmuck und Accessoires. Es ist für alle Beteiligten inklusive Fachbesucher von großem synergetischem Vorteil, dass Gallery diesen Freiraum zur Vervielfältigung des Spektrums im Moment noch anbieten kann. Gleichzeitig soll Fashion als Kernthema weiter erhalten bleiben“, so Ulrike Kähler weiter.



Die Upgrades

Die Zentralisierung der Eingänge mit neuer Koordinate zwischen ›Alte Schmiedehallen‹, dem Herzstück der Gallery, und ›Kaltstahlhalle‹ gehört zu den wichtigsten Upgrades. Der neue Haupteingang fügt die beiden zentralen Bereiche stärker zusammen und bündelt die Besuchergruppen beim Einlass für noch bessere Synergieeffekte beim anschließenden Messebesuch. Ein verglastes Zelt sorgt für stylisches Eintrittsfeeling, das perfekt zum Industrial Design der Hallen und des Areals passt.

Die dort ansässige Registrierung wartet ebenfalls mit Neuerungen wie z. B. offenen, digitalen Registrierungssäulen auf. Überhaupt wird dem Thema Digitalisierung gerade im Rahmen der Registrierung, die ab sofort auch an den Shuttlepunkten und in den Shuttlefahrzeugen möglich ist, eine kontinuierlich wachsende Rolle beigemessen. „Unsere Zeit ist schnelllebig. Sinnvolle Digitalisierung ein Must. Daher feilen auch wir an den Onlinetools, um mit bestmöglichem Service neben flexiblen räumlichen und zeitlichen Konzepten am Puls der Zeit zu sein. Dennoch werden wir niemals digitale Messe, sondern sehen uns nach wie vor als Meeting-Point, an dem sich Menschen gern aufhalten: Denn Face-to-Face und persönlicher Kontakt bleiben immer noch entscheidender Faktor. Und bei einer Order wollen auch Produkte noch real erlebt und nicht nur virtuell erfasst werden“, erklärt Ulrike Kähler.

Upgrades in der Registrierung mit einer neuen Besuchersoftware und erweiterten Tools ermöglichen zudem, dass z. B. das Messticket ab jetzt papierlos per Wallet am Messeingang zum Scannen zwecks direktem Zugang vorgezeigt werden kann. Digital, effizient und doch persönlich: Das neue Registrierungskonzept verzichtet künftig auf klassische Counter und sieht stattdessen digitale Registrierungssäulen mit multilingualen Ansprechpartnern vor, um Face-to-Face Kommunikation und persönlichen Kontakt in einem entspannten und stylischen Ambiente sicher zu stellen.

Gallery



Die Hallen

Die Hallenaufteilung bleibt mit dem Showroom Concept in der ›Kaltstahlhalle‹, Agentur Klauser in der exklusiv gehaltenen ›Halle am Wasserturm‹ und ›Altes Kesselhaus‹ für Modeagentur Schiess und andere Agenturen (Showroom Kesselhaus) bestehen. In den ›Alte Schmiedehallen‹ werden nach wie vor die vier Segmente ACCESSORIES & SHOES, EVENING & OCCASION, CONTEMPORARY und AVANTGARDE & DESIGN zentral gebündelt.

Das SHOWROOM CONCEPT lässt Synergie auf Zeitgeist treffen! Zu den Brands in der ›Kaltstahlhalle‹ gehören z. B. die DOB- und HAKA-Kollektionen von *Allegrì*, Accessoires von *Il Bisonte*, Jacken von *Add*, Menswear von *Manuel Ritz* und *Circolo 1901* oder Womens- und Menswear von *Barbed*. Mit dabei zudem das Denimbrand *Blue de Genès* aus Dänemark sowie Hemden von *Edward Cooper*. In der ›Halle am Wasserturm‹, dem Stammsitz der Agentur Klauser, sind u. a. Womenswear aus Frankreich von *Majestic Filatures* oder Menswear von *Salvatore Piccolo* aus Italien zu finden.

AVANTGARDE & DESIGN zeigt sophisticated und edgy Brands als auch internationale Designerselektion mit Namen wie *Art Point*, *Black by K&M*, *Crea Concept*, *Guffer & Fluf*, *Pal Offner*, *Sarah Pacini*, *Black Label*, *Trine Kryger Simonsen* oder *Ümit Ünal*.

EVENING & OCCASION sorgt für festiven Glamour und feminine Eleganz in den ›Alten Schmiedehallen‹, deren Industriekulisse Anlass- und Abendmode eindrucksvoll und exzeptionell in Szene setzt. Internationale Eveningwear-Kollektionen u.a. von *Christian Koehlert*, *Fashion New York*, *Gina Bacconi*, *L'Atelier pour la Femme*, *Luxuar* oder *Mascara* gehören zum Spektrum.

Gallery



Panels/Events

Zum informativen Rahmenprogramm gehört u. a. die GALLERY TRENDDVIEW von Karolina Landowski/Fashion Trend Pool und Alexander Radermacher/Fashion Director Igedo Company. Die beiden Experten stellen internationale Trends für die neue Ordersaison H/W 2019/20 vor, geben wegweisende Orientierung und profunden Überblick. Sie findet neu im Zentrum der Gallery, direkt in den ›Alte Schmiedehallen‹, statt. Ein weiteres Panel (tba) wird durch den VDMD angeboten.

Am Sonntag, 27.01.2019, findet im Anschluss an die Messe (mit durchschnittlich rund 800 internationalen Brands aus plus 25 Ländern und ca. 6.000 europaweiten Facheinkäufern) ein internationaler Branchentreffpunkt für Besucher, Aussteller und Branchenexperten statt.

Düsseldorf, 13. November 2018

Nächste Termine 2019

<u>Gallery</u>	26. - 28. Januar 2019	20. - 22. Juli 2019
<u>Showroom Concept</u>	25. – 29. Januar 2019	19. - 23. Juli 2019

Alle Aktivitäten der IGEDO Company:
Weitere Information zu Gallery SHOES Düsseldorf:
Weitere Informationen zur Gallery Düsseldorf:

www.igedo.com
www.gallery-shoes.com
www.gallery-duesseldorf.com

FOLLOW IGEDO Company:



ROLAND HOFFMANN Public Relations / Consulting GmbH

Kaiserswerther Straße 115, 40474 Düsseldorf, Fon +49 211 585876-80, Fax +49 211 585876-87, E-mail info@rh-pr.de, www.rh-pr.de,
https://instagram.com/roland_hoffmann_pr