

Interview mit Fashion Consultant Frank Dhein

# „Der Chic darf ruhig etwas überzogen sein!“

Das TOP Magazin Ulm traf sich auf dem unitex-FashionFestival mit Frank Dhein zum Interview. Der Experte für Fashion, Retail und Consulting weiß, welche IT-Pieces demnächst in unserem Kleiderschrank Einzug halten. PS: Wundern Sie sich nicht, wenn Ihnen beim Wandern künftig Männer im feinen Zwirn begegnen!

**TOP:** Herr Dhein, verraten Sie uns: An welchen Trends kommen wir künftig nicht mehr vorbei?

**Frank Dhein:** Nach drei Jahren Pandemie ist die Lust auf Chic zurück, mehr denn je. Die Nachfrage nach Blazern, Kleidern und eleganten Hosenanzügen ist riesengroß. Da besteht ein großer Nachholbedarf. Man möchte sich etwas gönnen, den Chic nach außen präsentieren. Getragen werden die Teile nicht nur auf Hochzeiten oder Feiern, sondern auch auf Gartenpartys oder beim Restaurantbesuch.

Dabei darf der Trend ruhig etwas überzogen sein. Pailletten finden ihren Einzug im Alltag, zum Beispiel als Applikation auf Shirts oder als All-over-Paillettenrock. Es glitzert überall, dazu kommen Satin und viel Transparenz, zum Beispiel in Form von Mesh. Auch Klassiker wie eine schwarze Bikerjacke sind wieder im Kommen. Die hochwertigen Materialien machen es leicht, den Trend im Alltag zu tragen. Blazer und Hemden sind mit viel Jersey und Stretch verarbeitet. Sie sitzen bequem, nichts engt ein oder wirkt steif,



Modeexperte Frank Dhein im Gespräch mit TOP Magazin Mitarbeiterin Diana Wieser

die Qualität ist superweich und meist bügelfrei. In einem solchen Anzug könnten Sie auch eine Alpenüberquerung machen. (lacht)

**TOP:** Wenn wir uns hier so umsehen, ist auch das Thema Farbe omnipräsent...

**Frank Dhein:** Farbe ist und bleibt ein Riesenthema, an das Sie sich mutig herantrauen sollten! Im Moment begegnen uns viele Leuchtfarben wie Orange, Pink, Blau und die Bestsellerfarbe Grün.

**TOP:** Wie sieht es mit allgemeinen Marktströmungen aus? Welche Rolle spielt zum Beispiel eine nachhaltige Modeproduktion?

**Frank Dhein:** Endkunden fragen vermehrt nach zertifizierter Mode, aber sie muss auch gut aussehen. Immer mehr Marken bieten zumindest Teile ihrer Kollektion an, die entsprechend zertifiziert sind. Für Produzenten ist eine Zertifizierung sehr aufwändig. Sie betrifft nicht nur die Rohstoffe, jeder Schritt in der Lieferkette, jeder Faden und Knopf, jede Applikation und Stickerei, muss zertifiziert sein.

Mittlerweile sind nachhaltig oder vegan produzierte Materialien in sehr guter Qualität auf dem Markt, zum Beispiel im Bereich Ledermode. Veganes Leder ist optisch nicht mehr von Echtleder zu unterscheiden, in verschiedensten Optiken erhältlich, zudem günstiger und daher sehr beliebt. Doch es ist ein langer Prozess, bis das Bewusstsein für Nachhaltigkeit die Bevölkerung gänzlich durchdrungen hat. Eigentlich ist viel zu viel Mode auf dem Markt. Es gibt Lieferanten, die jeden Monat eine neue Kollektion herausbringen. Daher wird Mode nie zu 100 Prozent nachhaltig sein.

„Wenn wir schon nicht die Quantität der Mode nachhaltig machen können, dann zumindest die Qualität.“

**TOP:** Mode ist auch immer Ausdruck von Zeitgeist. Inwieweit beeinflusst zum Beispiel das Thema „Bodypositivity“ den aktuellen Modemarkt?

**Frank Dhein:** Der Bodypositivity Trend hat bereits sichtbare Spuren hinterlassen. Auf allen großen Schauen laufen attraktive Frauen selbstbewusst in großen Größen über den Laufsteg. Das ist gut so. Die Kleidergröße, die sich hierzulande in der Damenmode am meisten verkauft, lautet mittlerweile nicht mehr Größe 38, sondern Größe 42. Läden und Geschäfte versuchen, alle Frauen mit einzubeziehen. Dazu gehören nicht nur rundliche, sondern auch große und kräftige Frauen.

Früher haben sich diese hinter schwarzer, wallender Kleidung versteckt, heute möchten sie sich ebenso cool und farbenfroh kleiden wie schlanke Frauen. Es ist nicht mehr zeitgemäß, im Einzelhandel eine eigene „Übergrößen“-Abteilung einzurichten. Niemand möchte ausgegrenzt werden. Zudem spielen die aktuellen Trends den Frauen in die Hände wie der Megatrend Oversize. Damit lässt es sich ebenso gut spielen wie mit Transparenz und den neuen Stretch-Qualitäten, die viel verzeihen und sich anpassen.

**TOP:** Welches sind die großen Herausforderungen für den Mode-Einzelhandel?

**Frank Dhein:** Die Vermarktung wird sich mehr ins Digitale verlagern, um tagesaktuelle Botschaften zu posten. Der Einzel-



handel zeigt sich wieder aktiver, da Plattformen wie Zalando durch ihre Gebührenerhöhung kaum noch Gewinne abwerfen. Interessant wird das Thema KI. Beispiel: Sie stellen eine Frage wie „Welche fünf Marketingaktionen eignen sich für Ostern?“ und erhalten eine schöne Ideen-sammlung. Bei einem gut gemachten Retail passen Laden, Sortiment und Einrichtung zusammen und werden mit passenden Aktionen wie einem italienischen Buffet abgerundet.

Auch die persönliche Ansprache ist äußerst wichtig. Es ist wesentlich lukrativer, ein hochwertiges Event für die TOP 10 oder TOP 50 Kunden zu veranstalten, als per Postkarte einfach alle einzuladen. Moderne Warenwirtschaftssysteme bieten viele Möglichkeiten zur Datenauswertung.

„Bad Retail ist tot.  
Guter Retail wird auch in  
Zukunft erfolgreich sein.“

**TOP:** Was ist für Sie das Besondere am unitex-FashionFestival?

**Frank Dhein:** Während andere Modemesen wie Berlin an Bedeutung einbüßen, suchen viele Händler nach Plattformen, wo man Kollegen und Lieferanten treffen kann, um sich in angenehmer Atmosphäre auszutauschen. Die Gespräche, die ich auf der unitex führe, sind nicht ordergetrieben. Das bietet den Vorteil, in Ruhe neue Anbieter kennenzulernen, Details wie Marge und Belieferung abzuklären und erst ein paar Wochen später die Ware zu ordern. Wir haben eine tolle Plattform, tolles Essen, ein tolles Programm und vor allem eine tolle Stimmung!

**TOP:** Vielen Dank für das Gespräch und Ihre spannenden Einblicke in die Mode-welt. dwi ■

