

HAN
NOV
ER 

*MODEREREGION
HANNOVER*

STANDORT MIT IDEALMAßEN

hannoverimpuls

kre|H|tiv

NETZWERK HANNOVER

3

INTRO
Mode aus Hannover

4

SEDCARD
Der Modestandort in Zahlen

7

DIE REGION HANNOVER
Im besten Sinne eine Modeerscheinung

10

ARBEITSMARKT MODEBRANCHE
Das sieht richtig gut aus

17

DIE MODEZENTRALITÄTSKENNZIFFER
Hannover zieht an

19

AUSBILDUNG UND QUALIFIZIERUNG
Ausgezeichnete Fashion macht Schule

26

STANDORTFÖRDERUNG AUF DEM LAUFSTEG
kre|H|tiv Netzwerk Hannover e. V.

28

BEST PRACTICE MIT LEUCHTTURMCHARAKTER
Freaky Fashion Festival

32

IHRE ANSPRECHPARTNER

MADE IN HANNOVER

Mode aus Hannover kann sich sehen lassen – der Modestandort Region Hannover auch. Denn hier hat sich in den letzten Jahren ein hervorragendes Ökosystem gebildet, das auch den Akteuren der Fashionbranche optimale Voraussetzungen für den kreativen und wirtschaftlichen Erfolg bietet. Ganz gleich, ob es sich um den ambitionierten Designernachwuchs oder etablierte Labels, um Arbeitgeberinnen und Arbeitgeber oder Beschäftigte handelt.

Um genau zu ermitteln, welchen Stellenwert die Modebranche als Wirtschaftsfaktor am Region Hannover einnimmt, hat das kre|H|tiv Netzwerk Hannover e. V. im Auftrag von hannoverimpuls im ersten Halbjahr 2017 eine Erhebung zum Modestandort Region Hannover erarbeitet. Die wichtigsten Ergebnisse und Fakten dieser Untersuchung haben wir Ihnen in diesem „Lookbook“ zusammengestellt.

Wir laden Sie ein, den Modestandort Region Hannover detaillierter kennenzulernen: auf den folgenden Seiten oder in einem persönlichen Gespräch mit einem der Ansprechpartner, die Ihnen je nach Vorhaben und Interessengebiet bei hannoverimpuls oder im kre|H|tiv Netzwerk Hannover zur Verfügung stehen.

Dabei können Sie sich selbst davon überzeugen:
 Die Region Hannover ist ein Standort mit Idealmaßen.

In diesem Sinne wünsche ich Ihnen eine inspirierende Lektüre.

Dr.-Ing. Adolf M. Kopp
 Geschäftsführer hannoverimpuls GmbH

MODEREGION HANNOVER

STANDORT MIT IDEALMAßEN

MODESCHULEN
IN DER REGION
HANNOVER:



200 AbsolventInnen/Jahr
400 weitere Auszubildende und Studierende/Jahr



14.500

BESCHÄFTIGTE IN DER
MODESZENE HANNOVERS

MODEZENTRALITÄTSKENNZIFFER:

214

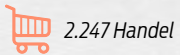
(Durchschnitt: 100)



Platz 3 unter den Modestädten in Deutschland mit über 500.000 Einwohnern

UNTERNEHMEN DER MODEBRANCHE
IN DER STADT UND DER REGION HANNOVER:

CA. 4.400



2.247 Handel



2.153 Produkte/Dienstleistungen,
DesignerInnen und Ateliers

GESAMTUMSATZ

860 €|Jahr MIO.



102

INTERNATIONALE UND NATIONALE
AUSZEICHNUNGEN FÜR KREATIVE
UND STUDIERENDE
(2014-2017)

DAS SCHNITT- MUSTER FÜR DIESE ERHEBUNG

Die im Folgenden genannten Zahlen und Fakten wurden von der Acuma Agentur für Consulting und Marktforschung im Auftrag des kre|H|tiv Netzwerks Hannover e. V. und von hannoverimpuls GmbH im ersten Quartal 2017 erhoben.

Als Methode diente im ersten Schritt eine sekundärstatistische Datenbankrecherche und -analyse anhand öffentlich zugänglicher Daten. Um Antworten auf spezielle, den Modestandort betreffende Fragestellungen liefern zu können, wurde in einem zweiten Schritt eine primärstatistische Frequenzzählung durchgeführt.

Die Recherchearbeiten umfassten alle Akteure (gemäß bundesweit einheitlicher Definition der Kreativwirtschaft und der Kreativschaffenden*) und wurden ausschließlich online durchgeführt. Stakeholder ohne Öffentlichkeitsauftritt im Internet sind demzufolge in der Messung nicht berücksichtigt.

* Publikation des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie „Monitoringbericht 2016: ausgewählte wirtschaftliche Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft“; http://www.kultur-kreativ-wirtschaft.de/KUK/Redaktion/DE/PDF/monitoring-wirtschaftliche-eckdaten-kuk-2015-langfassung.pdf?__blob=publicationFile&v=2

UNTERNEHMEN DER MODEBRANCHE
IN DER STADT UND REGION HANNOVER:

CA. 4.400

 2.247 Handel

 2.153 Produkte/Dienstleistungen,
DesignerInnen und Ateliers

DIE REGION HANNOVER: IM BESTEN SINNE EINE MODEERSCHENUNG

Der Modestandort Hannover ist äußerst facettenreich, heterogen und vor allem durch eine Vielzahl an kleinen und mittelständischen Unternehmen geprägt. Auf Basis der Frequenzmessung sind am Standort über 4.400 Unternehmen der Modeszene zuzurechnen.

Einer der Schwerpunkte dieser Unternehmen ist der Handel mit Mode und Textilien. Aber auch zahlreiche Unternehmen aus den Segmenten Herstellung und Veredelung (Produktion und Dienstleistungen) von Textilien und Bekleidung sind in der Stadt und der Region angesiedelt. Hinzu kommen über 780 Ateliers für Textil-, Schmuck- und Grafikdesign sowie Modedesignerinnen und -designer.

EINEN EIN- BLICK IN DIE VIELFALT DER MODE- REGION HANNOVER GIBT DIE FOLGENDE ÜBERSICHT:

PRODUKTION UND VEREDELUNG
VON BEKLEIDUNG UND TEXTILIEN

488



// Second Life Rugs
// Textilfabrik Bewernick
// BREE

HANDEL (GROß-, EINZEL-, VERSAND-
UND INTERNETHANDEL)

2247



// Wormland
// Mäntelhaus Kaiser GmbH & Co. KG
// Modotex GmbH

Dienstleistungen für
die Modebranche *

905



// Make-up Society UG
// Diva Personalmanagement GmbH
// Daniel Möller Fotografie

DESIGNERINNEN, DESIGNER UND
ATELIERS (MODE, SCHMUCK ...)

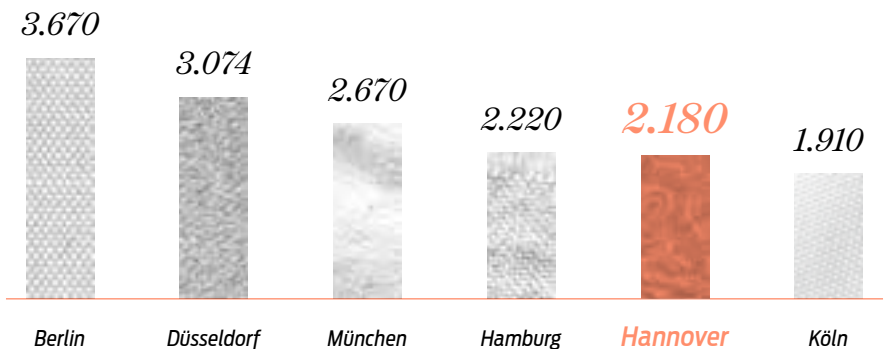
CA. 780



// Hood Bags
// Pirate Business Wear
// ANNY WHO Wetzel Wendlandt GbR

* Vom Stylisten über die Modelagentur
bis hin zum Modefotografen

VERGLEICHT MAN DIE ANZAHL DER UNTERNEHMEN AUS DER MODEBRANCHE
(EXKLUSIVE HANDEL) IN DEUTSCHEN GROßSTÄDTEN, SO ZÄHLT HANNOVER
ZU DEN TOP-5-MODESTÄDTEN DEUTSCHLANDS.



14.500



BESCHÄFTIGTE
IN DER MODESZENE

GESAMTUMSATZ

€/Jahr
/860 MIO.

ARBEITSMARKT MODEBRANCHE: DAS SIEHT RICHTIG GUT AUS

Ca. 14.500 Beschäftigte sind in der Modebranche Hannover tätig – im Vergleich: Im deutlich größeren Berlin sind es nur etwa 4.000 Beschäftigte mehr. Für die Stadt und Region Hannover bedeutet das: Knapp drei Prozent der etwa 488.000 sozialversicherungspflichtigen Erwerbstätigen sind in diesem Segment beschäftigt – der Bundesdurchschnitt liegt bei zwei Prozent, Standorte wie Berlin und Düsseldorf kommen auf eine Quote von einem Prozent.

Der erwirtschaftete Pro-Kopf-Umsatz liegt bei rund 59.000 Euro im Jahr. Hinzu kommen etwa 960 Selbstständige sowie Einzelunternehmerinnen und -unternehmer, die in der Modewirtschaft tätig sind und ein Durchschnittseinkommen von über 17.500 Euro im Jahr erwirtschaften. Insgesamt liegt der Umsatz der Modebranche in Hannover bei ca. 860 Mio. Euro pro Jahr.



PARFÜMERIE W. LIEBE GmbH & Co. KG

CAROLINE PRENZLER
MITINHABERIN

www.liebe-hannover.de

Wie hat sich in den letzten Jahren der Modestandort Hannover gewandelt (und warum)?

Hannover ist noch interessanter geworden und auch kleine Marken haben die Chance, sich am Markt zu etablieren.

Wenn Hannover ein Kleidungsstück wäre, welches wäre es (und warum)?

Hannover ist eher wie das „Kleine Schwarze“ zu sehen, kommt nie zu laut, aber immer mit Stil um die Ecke.

Bitte ergänzen Sie spontan: „Der Modestandort Hannover bedeutet für mich ...“

... eine Konzentration vieler Modeanbieter auf kleinem Raum, für den Kunden sehr überschaubar.“

Ihre Vision des Modestandorts Hannover in zehn Jahren?

Hannover wird zunehmend spannender werden, da es eine vielfältige Stadt mit vielen kleinen, privaten und ausgefallenen Geschäften ist. ■



BLAUSTOFF SLOW FASHION

MAIK PITZ | GESCHÄFTSFÜHRER

www.blaustoff-styling.de

Lieber schick in der List oder hip in Linden?

Ehrlich gesagt, weder noch. Viele mir bekannte, gute, inhabergeführte Läden haben es in beiden Stadtteilen nicht geschafft, dauerhaft zu überleben. Würde ich daher etwas eigenes machen, würde ich die Mitte wählen, nicht nur im übertragenen Sinn. Nord und Süd holen meines Erachtens gerade stark auf ...

Wenn Hannover ein Kleidungsstück wäre, welches wäre es (und warum)?

Wen wundert es an dieser Stelle, dass ich eine Jeans wähle. Hannover wäre für mich eine gerade geschnittene dunkelblaue Jeans, die noch eingetragen und mit Aufnähern individualisiert werden kann. Damit kommt Hannover denke ich ganz gut weg, die DNA der Stadt ist vorhanden und stabil.

Bitte ergänzen Sie spontan: „Der Modestandort Hannover bedeutet für mich ...“

... ein spannendes Projekt. Mit etwas umdenken kann die Stadt sich wirklich zur Modestadt entwickeln. Die Einflüsse der Metropolen wie Düsseldorf, Berlin und Hamburg hier zu bündeln wäre perfekt, auch geografisch gesehen.“

Was wünschen Sie sich für den Modestandort Hannover in den nächsten Jahren?

Lösungen, vor allem von Entscheidern der Stadt, Designer und Modefirmen in Hannover zu halten. Es kann ja nicht sein, dass hannoveraner Unternehmer lieber in andere Städte abwandern, als in der eigenen Stadt ihr Unternehmen aufzubauen. Mich natürlich ausgenommen, aber ich bin ja auch kein gebürtiger Hannoveraner. ■

HUTMANUFAKTUR HUT UP

ASTRID RIES
INHABERIN

www.design.hut-up.de

Lieber schick in der List oder hip in Linden?

Schick und hip in Linden.

Wenn Hannover ein Kleidungsstück wäre, welches wäre es (und warum)?

Eine sportliche Allwetterjacke, weil die Hannoveraner oft so praktisch denken und leider vielen der Mut für etwas Besonderes oder Ausgefalleneres fehlt.

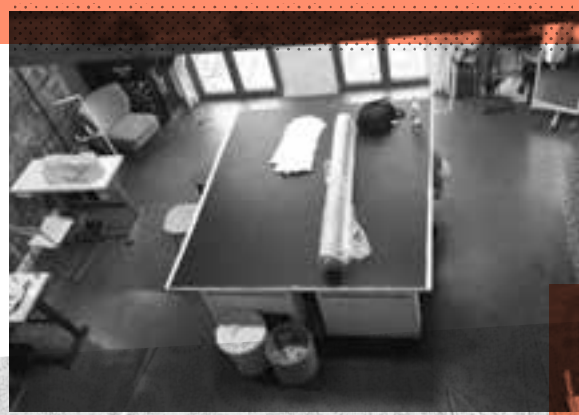
Bitte ergänzen Sie spontan: „Der Modestandort Hannover bedeutet für mich ...“

... einerseits die Herausforderung, als kleines Nischengeschäft zu bestehen, andererseits die Möglichkeit, Ideen kreativ umsetzen zu können, ohne unter ganz großem Erfolgsdruck zu stehen. Ich würde es als bodenständiges Arbeiten mit hohem kreativen Potenzial bezeichnen. Das für Hannover typische Understatement eben.“

Ihre Vision des Modestandorts Hannover in zehn Jahren?

Meine Vision ist, dass sich eine deutlich größere Zahl an Modemacherinnen zusammenfindet, die gute handwerkliche und kreative Qualitäten bieten. Dass wir uns auf den Anspruch „Klasse statt Masse“ rückbesinnen und das mit ökologischen Werten und sozialverträglichen und gerechten Arbeitsbedingungen verbinden. Und dass seitens der Wirtschaftsförderung der Stadt Hannover weiter die Bildung von Netzwerken unterstützt wird. ■





HUSO HUSO STUDIOS

ALEXANDRA WEBER
MITINITIATORIN

[www.facebook.com/
HusoHusoStudios.Hannover](http://www.facebook.com/HusoHusoStudios.Hannover)

Lieber schick in der List oder hip in Linden?

Weder – noch. Am liebsten alternativ und ausgeflippt in Hainholz!

Wenn Hannover ein Kleidungsstück wäre, welches wäre es (und warum)?

80er-Jahre-High-Waist-Karottenjeans und T-Shirt. Dieses schlichte Outfit passt zum aktuellen Image von Hannover. Aber: Die Jeansvariante ist aktuell sehr angesagt und auch in Hannover ist man auf der Höhe der Zeit.

Bitte ergänze spontan: „Der Modestandort Hannover bedeutet für mich ...

... Zukunft und viel Potenzial. Wir finden hier eine ausgezeichnete Unterstützung, die Stadt

bietet viele Möglichkeiten und öffnet sich zunehmend unserer Branche. Die Szene wächst, man kennt und unterstützt sich gegenseitig. Hannover hat für uns dadurch einen familiären Charakter.“

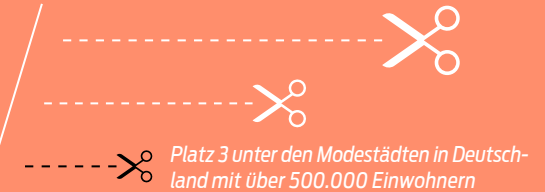
Deine Vision des Modestandorts Hannover in zehn Jahren?

Wenn die Stadt weiter so hinter unserer Branche steht wie in den letzten Jahren, kann Hannover zu einer Stadt werden, die auch nach außen hin mit Mode verknüpft wird. Es gibt jetzt schon, auch mit uns, einige Leuchtturmprojekte, die Raum für junges und alternatives Co-Working in der Kreativbranche bieten. Darin sehen wir viel Potenzial für die kommenden zehn Jahre. ■

MODEZENTRALITÄTSKENNZIFFER:

214

(Durchschnitt: 100)



MODEZENTRALITÄTSKENNZIFFER:
HANNOVER ZIEHT AN

Die Modezentralitätskennziffer (basierend auf den Teilsortimenten Bekleidung/Textilien und Schuhe/Lederwaren) gibt die Kaufkraftbindung im Modeeinzelhandel an. Sie ist der maßgebliche Indikator dafür, wie viel Kaufkraft die Stadt und die Region Hannover aus den angrenzenden Kommunen auf sich konzentrieren können.

Liegt der Wert bei 100, bedeutet das, dass die erzielten Modeumsätze und die städtische Einzelhandelskaufkraft einer Stadt ausgeglichen sind. Für Hannover erreicht diese Kennziffer einen Wert von 214 – Platz 3 im Vergleich der deutschen Städte mit 500.000 und mehr Einwohnern.

Das heißt: In der Region Hannover sind die Umsätze im Bereich Mode mehr als doppelt so hoch wie die Kaufkraft der Einwohner. Der Grund: Viele Konsumentinnen und Konsumenten aus dem Umland oder anderen Städten fahren extra in die Stadt oder die Region, weil sie das Modeangebot dort besonders schätzen und ein solch vielfältiges Angebot bspw. nicht an ihrem Standort finden.

ELEMENTAR**RIKE WINTERBERG
INHABERIN**www.brautkleid-design.com

Lieber schick in der List oder hip in Linden?
Leger in der Südstadt.

**Wenn Hannover ein Kleidungsstück wäre,
welches wäre es (und warum)?**
Hannover wäre die Lieblingsjeans – liebge-
wonnen, bequem und für jeden Anlass passend.

**Bitte ergänze spontan: „Der Modestandort
Hannover bedeutet für mich ...**
... Heimatverbundenheit, weil Hannover mir
Sicherheit und Verlässlichkeit bietet. Hannover
ist für mich ein sozialer Raum für Kooperationen,

Freundschaften und Nachbarschaften – außer-
dem Ausbildungsort, Lebensort, Arbeitsort und
Ort meines schöpferischen Schaffens.“

**Deine Vision des Modestandorts Hannover in
zehn Jahren?**

Hannover als – nicht mehr nur heimliche –
Modehauptstadt Deutschlands: nachhaltig, und
kooperativ. Beste Nachwuchskräfte werden in
Hannover ausgebildet, bleiben Hannover treu,
unterstützen und stärken sich gegenseitig und
rücken Hannover durch ihre zukunftsweisenden
Produkte in den Fokus. ■

MODESCHULEN
IN DER REGION
HANNOVER:



200 Absolventinnen und Absolventen/Jahr
400 weitere Auszubildende und Studierende/Jahr



102

INTERNATIONALE UND NATIONALE
AUSZEICHNUNGEN FÜR KREATIV-
SCHAFFENDE UND STUDIERENDE
(2014–2017)

**AUSBILDUNG UND QUALIFIZIERUNG:
AUSGEZEICHNETE FASHION MACHT SCHULE**

Die Region Hannover ist auch für den
Nachwuchs ein äußerst attraktives Pflaster.
Hier gibt es gleich fünf Mode(hoch)schulen
mit jährlich ca. 400 Auszubildenden und
Studierenden, aus denen im Durchschnitt
200 Absolventinnen und Absolventen im
Jahr hervorgehen – ein im Bundesvergleich
hoher Wert.

Die Ausbildungsqualität ist hoch, das Renom-
mee der Institutionen ebenso. Das zeigen
u. a. auch die über 100 internationalen und
nationalen Auszeichnungen, die die Mode-
schaffenden im Zeitraum 2014 bis 2017 an
die Leine geholt haben.

Darunter waren der German Fashion Design
Award, der Baltic Fashion Award, der Dortex
Fashion Award sowie Auszeichnungen im
Rahmen der Haining China Warp Knitting
Awards und des Bilbao Art and Fashion-Wett-
bewerbs. Und auch an anderen nationalen
Modestandorten wie Berlin, München oder
Frankfurt werden Designerinnen und Designer
aus Hannover regelmäßig prämiert.

Zudem bietet Hannover mit dem Modepreis der
Hochschule Hannover einen eigenen lokalen
Fashion Award, der seit 2009 jährlich an die
Absolventinnen und Absolventen der Hochschule
in verschiedenen Kategorien vergeben wird.

FRANKFURT STYLE AWARD
 MODEPREIS HANNOVER (HOCHSCHULE)
 LIONEL DESIGNPREIS BRAUNSCHWEIG
 BALTIC FASHION AWARD
 EURO FASHION AWARD
 CHLOÉ AWARD IN HYÈRES
 FÖRDERPREIS DER WILHELM-LORCH-STIFTUNG
 INTERNATIONAL CREATIVE PATTERN
 DESIGN COMPETITION
 FRANKFURT STYLE AWARD
 FASH - EUROPEAN FASHION AWARD
 GOLDENER CHARLIE (LEIPZIGER OPERNBALL)
 DORTEX FASHION AWARD
 HAARSCHNITT (IT'S MATHAI)
 UVR FASHION DESIGN AWARD
 DESIGN AM RHEIN
 FUR IN 2010 - SAGA FURS
 MADOS INFEKCIJA FASHION FESTIVAL
 EURO FASHION BLOGGER AWARD
 WISSENSCHAFTSPREIS NIEDERSACHSEN
 TRENDSETTER
 MODA EXTREMADURA
 YOUNG CREATIVE CHEVROLET
 VW FASHION DESIGN AWARD
 NDS. STAATSPREIS FÜR DAS GESTALTENDE HANDWERK

GSRKD STUDIO



LUCY WINKLER
 MODEDESIGNERIN
 UND STYLISTIN

www.grossstadtrekorder.de

Lieber schick in der List oder hip in Linden?

Eher avantgardistisch in Linden.

*Wenn Hannover ein Kleidungsstück wäre,
 welches wäre es (und warum)?*

Ein alter, wunderschöner Herrenmantel;
 solide verarbeitet, gradlinig, in gedeckter Farbe –
 ein Klassiker.

*Bitte ergänze spontan: „Der Modestandort
 Hannover bedeutet für mich ...“*

... eine hervorragende Stadt, um zu arbeiten –
 mit einer stetig wachsenden Begeisterung für
 Mode, gepaart mit nordischem Understatement.“

*Deine Vision des Modestandorts Hannover in
 zehn Jahren?*

Mehr Kunst und Kultur für mehr Inspiration,
 ein festes Netzwerk von Modeschaffenden,
 Fotografen und Stylisten sowie eine gut funk-
 tionierende Produktionsstätte für Kleinserien,
 damit all die tollen Ideen auch realisiert werden.



KRE/H/TIV

NETZWERK HANNOVER E. V.

www.kre-h-tiv.net

CHRISTINE PREITAUER
PROJEKTKOORDINATION
FREAKY FASHION FESTIVAL

KAI SCHIRMEYER
PROJEKTLLEITER KRE/H/TIV
NETZWERK HANNOVER E. V.

Lieber schick in der List oder hip in Linden?

Entspannt in der Nordstadt!

Alle Stadtteile Hannovers haben ihren eigenen Charme.

Wenn Hannover ein Kleidungsstück wäre, welches wäre es (und warum)?

Eine Jeans. Robust, bodenständig und je oller, desto doller.

Ein (96-)Schal. Kann man vielseitig und kreativ einsetzen.

Bitte ergänze spontan: „Der Modestandort Hannover bedeutet für mich ...“

... viele großartige, engagierte, kreative und entspannte Leute. Es macht Spaß, mit ihnen gemeinsam am Modestandort Hannover zu arbeiten!“

... viel kreatives Potenzial mit bodenständigen, gut ausgebildeten Designerinnen und Designern, denen wir gerne die Möglichkeit zur weiteren Vernetzung und Präsentation bieten möchten.“

Eure Vision des Modestandorts Hannover in zehn Jahren?

Das Freaky Fashion Festival als nationaler und vielleicht sogar internationaler Treffpunkt der Fashionszene – aber mehr als Geheimtipp für innovative, junge Designs. Außerdem natürlich (noch) mehr Zusammenarbeit und gemeinsame Aktionen der hier ansässigen Szene. ■

Die Hannover Fashion Week – wer will dann noch nach Berlin?! Aber im Ernst: optimale Bedingungen für Gründungen und Freelancer in der Modebranche, um das Potenzial am Standort zu halten. Und dass Hannover sich selbstbewusst als Modestadt präsentiert. ■



ATELIER BALAGANS

PHILIP RUDZINSKI
INHABER

www.atelier-balagans.de

Lieber schick in der List oder hip in Linden?
Hauptsache, Hannover!

Wenn Hannover ein Kleidungsstück wäre, welches wäre es (und warum)?

Ein von HAND gemachter HerreN Pullover: authentisch, eigenständig – aber leider noch nicht mutig genug.

Bitte ergänze spontan: „Der Modestandort Hannover bedeutet für mich ...“

... Heimat, weil ich hier ausgebildet wurde, studiert und kreiert habe und gerne etwas zurückgeben möchte.“

Deine Vision des Modestandorts Hannover in zehn Jahren?

Ich glaube an unseren starken Modenachwuchs in Hannover. Wenn wir die Mutigen fördern, uns gegenseitig unterstützen und ein gemeinsames Ziel definieren, können wir es als Patchwork-Kultur schaffen, deutschlandweit die Mode mitzubewegen. ■

1 / HOCHSCHULE HANNOVER
MODE-MENSCH-METHODEN

Entwicklung von Kleidung | Umgang mit Kleidung | Verständnis von Kleidung

Modedesign als ganzheitlicher Prozess zwischen den Dimensionen Funktion und Fashion, Material und Marketing, Kreation und Medien, Produktion und Konsum, fast und slow, Konzept und Vision, Handwerk und Industrie, digital und analog, Gender und Generation, Avantgarde und Alternative, Individualität und Masse, Unikat und Serie, Mensch und Umwelt, gestern, heute und morgen.

www.modedesign-studium.de

2 / FAHMODA, AKADEMIE FÜR
MODE UND DESIGN HANNOVER

In Hannover ist die FAHMODA eine bekannte Größe in der Modeszene. Als staatlich anerkannte private Modeschule für Modedesign und Maßschneiderei existiert sie seit dem Jahr 2003. Bis heute hat sie sich zu einer bundesweit anerkannten Erfolgseinstitution in der Textilwirtschaft entwickelt.

Die auf Ganzheitlichkeit ausgerichtete, interdisziplinäre Ausbildung orientiert sich an den Erfordernissen unserer Zeit: der Verbindung aus Tradition und Innovation, Kreativität und Modemanagement, Schnitttechnik und Modedesign. Die FAHMODA steht für Praxisbezug, Kompetenz, Leidenschaft und Qualität in der Ausbildung.

www.fahmoda.de

3 / ANNA-SIEMSEN-SCHULE

Die Anna-Siemsen-Schule hat eine lange pädagogische Tradition. Bereits 1932 wurde an der damaligen Städtischen Mädchenberufsschule gelehrt. Heute werden die Berufsfelder Textiltechnik und Bekleidung, Hauswirtschaft, Altenpflege, Pflegeassistenten und Sozialpädagogik angeboten. Außerdem werden zusätzlich zu den beruflichen Abschlüssen die Berufseinstiegsschulen bis zur Fachoberschule als Bildungsgänge angeboten.

www.anna-siemsen-schule.de

5 / DEUTSCHE POP

An insgesamt 15 Standorten in Deutschland, Österreich, den Niederlanden und in Melbourne, Australien bietet die Akademie Deutsche POP Praxisausbildungen in sechs Fachbereichen an: Music & Sound, Marketing & Management, Acting, Voice & Communication, Games, Film & Photography, Design, Fashion & Make-up und Fitness & Lifestyle.

www.deutsche-pop.com

4 / M3 MODESCHULE

Die M3 Modeschule ist ein wichtiger Akteur bei den Ausbildungsangeboten für die Modebranche. Maßschneiderei, Modedesign, Bekleidungsfachtechnik, Schnitttechnik und digitale Medien im Modedesign: Damit gibt die M3 Lernenden das Handwerkszeug mit auf den Weg, mit dem kreative Ideen und Visionen strukturiert umgesetzt und kommuniziert werden können.

Nachhaltig und modern, konzentriert sich die M3 bei der Ausbildung des Nachwuchses darauf, persönlichkeitsfördernde Aufgaben und Angebote zu entwickeln, die die Teamfähigkeit und Sozialkompetenz stärken und den Schülerinnen und Schülern das nötige Selbstbewusstsein für den weiteren Lebensweg mitgeben sollen.

www.m3-modeschule.de

Rund 80 Ausstellungen, Messen, Modenschauen, Events und Wettbewerbe allein im Modebereich finden jedes Jahr am Standort Hannover statt und ziehen – ohne Messe Gäste – etwa 60.000 Besucher pro Jahr an. Nicht zu vergessen die Gäste der zahlreichen anderen Messen, Events und Großereignisse, die regelmäßig in Hannover stattfinden. Insgesamt haben im Jahr 2016 3.891.211 Gäste – und damit potenzielle Kundinnen und Kunden – in der Region Hannover übernachtet.



STANDORT- FÖRDERUNG AUF DEM LAUFSTEG

KRE|H|TIV NETZWERK HANNOVER E. V.

www.kre-h-tiv.net

Ein weiterer Grund, warum sich die Kreativ- und vor allem die Modebranche in der Stadt und der Region Hannover so positiv entwickeln, ist mit Sicherheit das kre|H|tiv Netzwerk Hannover e.V. Der Verein wurde 2011 von hannoverimpuls, der Wirtschaftsförderungsgesellschaft der Stadt und der Region Hannover, ins Leben gerufen, um die Kreativ- und Kulturwirtschaft gezielt sowie bedarfsgerecht zu fördern. Inzwischen zählt das Netzwerk über 350 Mitglieder aus zwölf Teilsegmenten und ist damit bundesweit das am schnellsten gewachsene und größte Branchennetzwerk seiner Art.

kre|H|tiv fungiert als Vertretung für alle Akteure der Kultur- und Kreativwirtschaft aus der Region Hannover. Das Netzwerk vertritt aktiv die Interessen der Mitglieder, um die Rahmenbedingungen für die gesamte Branche, einzelne Teilsegmente sowie deren Wettbewerbsfähigkeit positiv zu beeinflussen. Ein weiteres Ziel des Netzwerks ist es, die Wahrnehmung der Region Hannover als ein herausragender Kreativstandort zu verbessern.

Dazu initiiert kre|H|tiv eigene Projekte, schafft Gelegenheiten zur Vernetzung der Mitglieder untereinander sowie mit anderen Branchen und fördert Mitglieder durch Qualifizierungsangebote. Alle Aktivitäten des Vereins sind darauf ausgerichtet, die Mitglieder zu unterstützen, die Wirtschaftlichkeit ihres Schaffens zu erhöhen und damit den Wirtschaftsstandort und den Lebensraum der Region Hannover zu stärken.



Allen Gründungsinteressierten bietet hannoverimpuls umfassende Beratungen, Veranstaltungen, Seminare, Wettbewerbe und vieles mehr. Alle Angebote unter www.hannoverimpuls-gruendung.de

BEST PRACTICE MIT
LEUCHTTURMCHARAKTER:

FREAKY FASHION FESTIVAL

www.freakyfashionfestival.de

Ein überaus gelungenes Beispiel, an dem das kre|H|tiv Netzwerk arbeitet und damit gezielt die Moderegion Hannover fördert, ist das seit 2016 jährlich in der Landeshauptstadt stattfindende Freaky Fashion Festival.

Bei diesem Fashionevent der besonderen Art präsentieren über 30 Designerinnen und Designer ihre Kollektionen zum Anschauen, Anfassen, Anprobieren, Ausprobieren und Kaufen. Die Aussteller sind dabei ebenso bunt wie die gezeigte Mode: Startups, etablierte Modedesignerinnen und Modedesigner sowie Absolventinnen und Absolventen aller Mode(hoch)schulen der Stadt geben sich die Klinke in die Hand, um von derber Jeans bis zu zarter Spitze die ganze Vielfalt der Modewelt zu präsentieren. Eines haben alle Ausstellenden gemeinsam: Sie und ihre Mode haben ihre Wurzeln in der Region Hannover.

Anstatt die Mode auf klassischen Catwalks zu präsentieren, können sich die Besucherinnen und Besucher beim Freaky Fashion Festival hautnah bei zahlreichen Fashionshows davon überzeugen, wie facettenreich „Fashion born in Hannover“ ist.

Darüber hinaus stehen bei dem Event die Designerinnen und Designer vor Ort für den persönlichen Austausch zur Verfügung. Zahlreiche Mitmachangebote, leckeres Streetfood, Cocktails und musikalische Umrahmung machen die entspannte Festivalatmosphäre perfekt. ■





*„WIR SIND STOLZ,
DIE GESICHTER
UND EIN TEIL
DIESER VIEL-
FÄLTIGEN UND
LEBENDIGEN
SZENE ZU SEIN!“*



'17



FRESH FASHION FESTIVAL



*SCHREIBEN SIE MIT UNS
DIE ERFOLGSGESCHICHTE
DES MODESTANDORTS
HANNOVER WEITER.*



Sie möchten mehr über den Modestandort Region Hannover erfahren und von den zahlreichen Möglichkeiten profitieren?
Dann setzen Sie sich mit uns in Verbindung.

Wir beraten Sie gern persönlich:

kre|H|tiv

NETZWERK HANNOVER

kre|H|tiv Netzwerk Hannover e.V.
Hanomaghof 2 | 30449 Hannover
www.kre-h-tiv.net
info@kre-h-tiv.net



hannoverimpuls GmbH
Vahrenwalder Straße 7 | 30165 Hannover
www.hannoverimpuls.de
info@hannoverimpuls.de