



Ingo Müller-Dormann präsentiert neue Designer – hier Gabi Warszinski.

Auf Tournee mit Faex

Ingo Müller-Dormann

Hinter der Faex GmbH verbirgt sich eigentlich keine wirkliche Innenstadt-Initiative, zumindest nicht beabsichtigt. Dennoch entpuppt sich das 2016 von **Ingo Müller-Dormann** ins Leben gerufene Konzept als Win-Win-Win-Lösung. Denn Müller-Dormann hat viel Erfahrung in der Kooperation mit Stadtmarketing und City-Initiativen und so bezüglich der Belebung von Innenstädten viele Einblick in die Probleme der Innenstädte bekommen. Eines der größten Probleme: Leerstand und fehlende Verweildauer. Das Konzept von Faex könne da Abhilfe schaffen.

Was Müller-Dormann mit der Faex GmbH macht? Er geht mit Mode auf Tournee. Genauer gesagt mit Kollektionen von unbekannteren Labels und Nachwuchsdesignern, die sonst entweder nur Online oder im Atelier erhältlich sind, oder nicht die nötigen finanziellen Mittel haben, sich dem Handel zu präsentieren. Müller-Dormann nimmt diese Kollektionen mit und verkauft sie in den Faex Pop-up Sto-

res. Diese ziehen häufig als Überbrückungslösung in leerstehende oder kurz vor dem Leerstand stehende Immobilien ein.

Faex will so nicht nur Designern helfen, im Handel Fuß zu fassen und gleichzeitig Abwechslung in die Sortimente von inhabergeführten Läden bringen, sondern auch, zumindest temporär, Leerstand in den Innenstädten vermeiden. Daneben gibt es Pop-up-Aktionen in dem bereits vorhandenen stationären Handel, bei denen die Geschäfte ein paar der Labels für einen kurzen Zeitraum ausprobieren dürfen. Zusätzlich organisiert Faex auch die Fashion Days, die ebenfalls quer durchs Land touren. Während dieser eigenen Rendition der „Fashion Week“ zeigt Faex im Kern der jeweiligen Stadt – im Sommer war es die Bremer Innenstadt – in Kooperationen mit lokalen Einzelhändlern, Künstlern, Musikern sowie der Stadt selbst die Kollektionen ausgewählter Designer. Das generiere neue Impulse und Anreize für die Menschen, wieder in die Innenstadt zu kommen. ■

Foto: Faex