

Q 6 Q 7 Mannheim – Das Quartier.:

„Mannheims innovative Kreative zeigen Potenzial bei Hometown Glory II“

- Rund 20 Start-ups präsentieren sich vom 16. bis 24. November 2018 in Q 6 Q 7
- „Quadrat-Kid“: vom „Monnaem“-Shirt bis zu den erfolgreichen Goldgarn Jeans
- Q 6 Q 7-Chef Hoffmann: „Lokaler Bezug und Kreativität machen uns zur Shopping-Nummer-1“

Fotos und Grafiken stehen bereit unter dem [tower media Download-Link](http://tmdl.de/FOTO_Hometown_Glory_A18441783.zip)
http://tmdl.de/FOTO_Hometown_Glory_A18441783.zip

Immer wieder neu, immer wieder anders – so präsentiert sich nicht nur Q 6 Q 7 Mannheim – Das Quartier., sondern die gesamte Mannheimer Kreativwirtschaft. Rund 20 Start-ups zeigen nach der erfolgreichen Premiere im letzten Jahr jetzt bei „Hometown Glory II“ vom 16. bis 24. November 2018 erneut das enorme Innovations-Potenzial der hiesigen Kreativszene. Die Bandbreite reicht vom Kindermode-Label Piaf & Ponti über die angesagte Streetwear von Junge Junge („Monnaem“ T-Shirts) und Katrin Leiber, die mit ihren auswechselbaren Absätzen sogar für den Arthur-Fischer-Preis nominiert war, bis hin zu der inzwischen international bekannten Jeansmarke Goldgarn Denim.



Nach dem großen Erfolg im vergangenen Jahr wird „Hometown Glory II“ dieses Mal fast doppelt so lange seine Türen geöffnet haben. Über 500 Quadratmeter Fläche im 1. Obergeschoss von Q 7 stehen den rund 20 Kreativen zur Verfügung. Designer von Mode für Kinder und Erwachsene,

CRM - CENTER & RETAIL
MANAGEMENT GMBH

CRM

Schmuck, Accessoires, Taschen und sogar Parfüm und Inneneinrichtung präsentieren sich neun Tage lang in Q 6 Q 7 Mannheim – Das Quartier. ebenso wie eine Siebdruckerei und ein Barista.

Pourista beispielsweise ist ein Mannheimer Start-up für Spezialitäten-Kaffee, in dem sich ein leidenschaftlicher Jung-Röster und ein Barista den Traum vom eigenen Café erfüllen. Die Antighost Siebdruckerei erstellt handgefertigte, limitierte Gigposter und Artprints. Gigposter sind aufwendig gestaltete, im Siebdruck-Verfahren gefertigte, limitierte Konzertplakate – bei Antighost ist es „Rock 'n R Roll in Kleinstauflagen“, etwa für Bands wie Drangsal, Get Well Soon, Built to Spill oder Metz.

Eine weitere vertretene Marke ist Crown Divin, ein Parfümerie-Konzept, bei dem nicht nur die individuelle, spezialisierte Beratung im Vordergrund steht, sondern das „gute Gefühl“, das der richtige Duft auslöst und die Trägerin oder den Träger wie eine Krone ziert.

Die Handtaschen von Lotta Grote zeichnen sich durch klare Linien und eine ruhige, zugleich kräftige Farbwahl aus. Designed und hergestellt werden die Taschen in Handarbeit exklusiv in der Textilerei in Mannheim.

Bei „Hometown Glory II“ ebenfalls mit dabei: TEO – Timeless Everyday Objects. Die deutsche Design-Marke wurde von David Baur, Lena Billmeier und Eric Hsieh vor fünf Jahren gegründet und steht für hochqualitative Produkte, die mit ihrem zeitlosen und doch einzigartigen Design den Alltag angenehm machen.

KALAIKA wiederum steht für kultige Netztaschen, feinen Schmuck und verspielte Accessoires, handgefertigt mit hohem Anspruch an Qualität. Viel



Sorgfalt steckt in der Auswahl der Rohstoffe, Materialien, Styles und deren Verarbeitung. Designerin Tina Cetrez aus Berlin war so begeistert von der Mannheimer Kreativszene, dass sie ihren Sitz kurzerhand in die Quadratestadt verlegt hat.

Katrin Leiber, mit Leib und Seele Accessoire- und Modedesignerin, ist zugleich die Erfinderin des revolutionären und patentierten „Klick“-Systems für austauschbare Absätze für Pumps und High Heels.

Das Team hinter Goldgarn lebt und liebt Denim, es hat sich diesem einzigartigen Stoff mit Leib und Seele verschrieben und blickt mittlerweile stolz auf eine 40-jährige Denim-Kompetenz zurück. Diese überträgt es mit Pflichtbewusstsein, Leidenschaft und höchstem Anspruch auf seine Produkte. Bei Goldgarn Denim erzählt jede einzelne Naht eine Geschichte. Das schätzen auch Prominente wie beispielsweise Bülent Ceylan oder die Spieler der Rhein-Neckar Löwen.

Das Mannheimer Label Piaf & Ponti präsentiert durchdachte Bekleidung für Kinder bis 7 Jahre auf Basis ökologischer Materialien. Die Modedesignerin Dolunay Erdar erfand für ihre Kinder Gutenachtgeschichten über das ungleiche Paar Piaf & Ponti, woraus letztlich der Name für ihr Label entstand. Als Mutter zweier Kinder fand sie für sich schnell heraus, dass der Markt für Kinderbekleidung nicht allen ihren Wünschen und Anforderungen entsprach. So erweckte sie im letzten Jahr gemeinsam mit Stefan Knecht das Mannheimer Label Piaf & Ponti zum Leben.

Die Streetwear von Junge Junge reicht vom Stoffbeutel mit Aufdrucken im „Monnaemer Dialekt“ – etwa „Frosch noch“ oder „Alla mol“ – über



Accessoires bis hin zu Hoodies, die den Träger als „Quadrate-Kid“ identifizieren, oder T-Shirts mit „Monnaem“-Aufdruck. Darunter auch das Motiv „Hometown Glory“, von dem sich das Textilerei-Event in Q 6 Q 7 sowohl den Namen als auch das Motiv geliehen hat.

„Hometown Glory war 2017 ein riesiger Erfolg, die Fläche hochgradig spannend, weshalb wir Hendrik Hoffmann und seinem Team sehr dankbar sind, dass wir uns auch dieses Jahr wieder präsentieren können,“ so Nico Hoffmeister, Community Manager der TEXTILEREI, dem Mannheimer Gründerzentrum für Mode und Textilwirtschaft aus dem Start-up Mannheim Ökosystem. „Über unsere eigenen Kanäle sowie unseren eigenen Standort wären wir nie in der Lage gewesen, ein so großes Publikum sowie potenzielle Neukunden zu erreichen und anzusprechen.“ Unter dem Motto „Hometown Glory II“ wird abermals die ganze Bandbreite der Mannheimer Design- und Kreativ-Szene gezeigt.



Hendrik Hoffmann, Geschäftsführer der CRM – Center & Retail Management GmbH, die Q 6 Q 7 betreibt: „Wir bieten den Unternehmern von morgen gerne eine Plattform, sich unter Echtzeit-Bedingungen auszuprobieren.“ Das Ziel für Q 6 Q 7: sich auch so von Wettbewerbern abzuheben. Mit mehr lokalem Bezug, mehr Kreativität, mehr außergewöhnlichen Shopping-Angeboten für die Besucher. „Q 6 Q 7 wurde auch deshalb zur Shopping-Adresse Nummer 1 in der Metropolregion, weil wir die Stärken und Potenziale unserer Region und der Stadt Mannheim im Quartier abbilden. Was passt da besser, als die Mannheimer Kreativszene einzuladen, sich hier zu präsentieren. Wir erwarten auch in diesem Jahr,



DAS QUARTIER

dass sich Retailer bei ‚Hometown Glory‘ interessiert umsehen und den ein oder anderen Designer in ihr Sortiment aufnehmen.“ „Hometown Glory II“ in Q 6 Q 7 Mannheim – Das Quartier. läuft über insgesamt neun Tage bis 24. November 2018.

Die Aussteller bei Hometown Glory II

Antighost	Siebdruck	antighost.de
By Têtu	Bekleidung	www.by-tetu.de
Crown Divin	Parfum	www.crowndivin.com
Designed by Denise	Bekleidung	www.designed-by-denise.de
ExtreMia	Bekleidung	www.extremia.de
Goldgarn Denim	Bekleidung	www.goldgarndenim.de
Heptapus	Bekleidung	
Junge Junge	Bekleidung	www.jungejungeshop.de
KALAIKA	Schmuck / Accessoires	www.kalaika.berlin
Katrin Leiber	Schuhe	www.katrinleiber.com
Lotta Grote	Taschen	www.lottagrote.de
Mademoiselle Escargot	Bekleidung	www.mademoiselle-escargot.com
Miss Lovett	Bekleidung	www.misslovett.com
Piaf & Ponti	Kinderbekleidung	piafponti.de
Pourista	Coffee Culture	www.pourista.coffee
SBoutiful	Bekleidung	sboutiful.com
TEO	Interieur Design	www.timeless-everyday-objects.de
UMA	Bekleidung	www.uma-mode.de

CRM - CENTER & RETAIL
MANAGEMENT GMBH





DAS QUARTIER

Info Q 6 Q 7

Q 6 Q 7 Mannheim – Das Quartier. bietet über 65 Marken von Fashion bis Food auf drei Ebenen zum Shoppen und genießen. Q 6 Q 7 Mannheim verbindet einzigartige Shopping-Erlebnisse mit komfortablem Wohnen (85 Wohnungen), Arbeiten, Gesundheit und einem Fitness First Platinum Swim Club sowie dem Radisson Blu Hotel, Mannheim – mit 229 Zimmern sowie der Roof Bar mit einem atemberaubenden Blick über Mannheim.

Das Quartier Q 6 Q 7 gehört zum Portfolio eines von BMO Real Estate Partners Deutschland verwalteten Immobilien-Spezial-AIF, in den institutionelle Anleger aus Deutschland investiert haben. Architektur und Design des Stadtquartiers stammen von blocher partners, die von der DIRINGER & SCHEIDEL Unternehmensgruppe (D&S) als Projektentwickler und Bauherr mit der Planung des Quartiers beauftragt worden waren. Mit dem Betrieb des Quartiers hat BMO gleich mehrere Unternehmen aus dem Dienstleistungsbereich der D&S Unternehmensgruppe betraut. So liegt das federführende Quartiersmanagement bei der CRM – Center & Retail Management GmbH, das Facility und Property Management in den Händen des D&S Gebäudemanagements und der ACCURATA Immobilienverwaltung. Das Radisson Blu Hotel, Mannheim wird zudem von der D&S-Tochtergesellschaft ARIVA Hotel GmbH betrieben.

Die Shops in der Mall haben von Montag bis Samstag von 10 bis 20 Uhr geöffnet, REWE von 8 bis 22 Uhr und dm von 8 bis 20 Uhr.

Direkt im Stadtquartier befinden sich über 1.300 Parkplätze. Die Tiefgarage ist durchgehend geöffnet. Auf allen Ebenen befinden sich Familien- bzw. Behindertenplätze sowie E-Tankstellen. Jeder Stellplatz ist mit einer LED-Anzeige ausgestattet. Grün leuchtende LED-Anzeigen kennzeichnen die noch freien Stellplätze. Die Behindertenplätze sind durch eine blau leuchtende LED-Anzeige gekennzeichnet.

Mehr Informationen im Internet unter www.q6q7.de.

Veröffentlichung honorarfrei. – Bitte senden Sie ein **Beleg-Exemplar** an tower media GmbH, Ketscher Landstraße 2, 68723 Schwetzingen.

CRM - CENTER & RETAIL
MANAGEMENT GMBH

Ein Tochterunternehmen der **DIRINGER & SCHEIDEL UNTERNEHMENSGRUPPE**
Pressekontakt: tower media GmbH | Ketscher Landstraße 2 | 68723 Schwetzingen
Stephan Bauer | Telefon 06202 – 2797-170 | eMail q6q7-presse1@tower-media.de

181116 PM NB HOMETOWN GLORY II A18441783TM.DOCX