



Pressemitteilung | 02. September 2025

Stimmen zur ILM #162

„Auch, wenn der erste Tag etwas ruhiger war, hatten wir an allen Tagen immer viel zu tun. Die Zusammenarbeit mit der ILM ist toll und macht viel Spaß. Gute Ideen wie das Frühstück, die Blumen-Aktion und Live-Musik haben viele Menschen in die Halle gebracht und die Kreativität der Besucher angeregt. Unsere Kollektion ist durch die Ergänzung von Handtaschen modischer und femininer geworden. Damit holen wir verstärkt Frauen als Kundinnen ab.“

Dominique Großkurth, Got Bag

„Wir sind zum sechsten Mal dabei. Wie immer haben wir viele gute Gespräche mit Bestandskunden geführt. Durch unsere beiden neuen Sales Manager und die Ergänzung der Kollektion um Bekleidung kommen inspirierende Impulse hinzu. Es ist wichtig, auf der ILM zu sein – der schöne Auftakt am Sonntagmorgen ist besonders hervorzuheben.“

Timm von Dressler, Johnny Urban

„Wir sind zum ersten Mal auf der ILM und es läuft wirklich gut. Die ILM ist eine echte Taschenmesse und das ist super! Die Kunden lieben unsere Kollektion, vor

PRESSEKONTAKT

presse@messe-offenbach.de

www.messe-offenbach.de

www.ilm-offenbach.de



allem den handwerklichen, skandinavischen Touch à la Kopenhagen. Flechtungen, Animal Prints und fröhlich-bunte Taschen, die wie selbstgestrickt aussehen, kommen sehr gut an. Velours und Brauntöne sind wichtig.“

Pia Silfen-Jensen, Núnoo Bags

„Mit Harley-Davidson sind wir zum ersten Mal hier auf der Messe. Es ist sehr spannend zu sehen, was die einzelnen Märkte wollen. In Deutschland wird unsere Marke bislang nur über Harley-Davidson-Händler vertreten. Wir stellen aber fest, dass auch andere und kleinere Geschäfte an der Marke interessiert sind. Die ILM ist ein guter Gradmesser und die perfekte Gelegenheit, Agenten zu finden. It's a start for something bigger.“

Eric Goldner, Harley Davidson

„Die ILM ist sehr gut – es läuft superb. Nach acht Jahren sind wir zum ersten Mal wieder dabei. Wir wollen den deutschen Markt wieder bearbeiten und alte sowie neue Kunden gewinnen. In Offenbach treffen wir auch internationale Besucher: aus Korea, Aserbaidschan und den Balkan-Ländern. Die Stimmung würde ich mit ‚ça va‘ bezeichnen. Luxuriöse Koffer kommen gut an. Was zählt, sind Leichtigkeit und Sicherheit.“

Matthias Deguigne, Delsey

PRESSEKONTAKT

presse@messe-offenbach.de

www.messe-offenbach.de

www.ilm-offenbach.de

ILM

„Wir sind auf der ILM, weil wir hier unsere festen Termine haben. Neben Valentino und Guess stellen wir eine erhöhte Nachfrage nach Mandarina Duck fest. 85 % der Order hier sind nach wie vor Taschen, aber auch das Interesse an Gepäck zieht an. Bei Valentino sind es vor allem natürliche Materialien wie Canvas und Raffia oder besondere Flechtungen, die den Kunden gefallen.“

Dave de Boer, Fashion Solutions

„Die Frequenz ist nicht so gut. Insgesamt kommen weniger Händler, aber die, die kommen, bestellen wie immer. Die Messe spiegelt die Konjunktur wider. Europa ist allgemein wirtschaftlich problematisch, aber Deutschland hat das geringste Wachstum. Das drückt auf die Stimmung. Wir brauchen eine wirtschaftliche Wende.“

Stefan Bruder, Abro

„Wir sind sehr happy darüber, hier zu sein. Die ILM ist und bleibt die Messe unserer Branche. Es gibt nichts Vergleichbares. International ist der Verkauf schwächer, aber was Deutschland betrifft, läuft es gut. Die deutschen Kunden kaufen weiter; sie sind farblich mutiger und aufgeschlossener gegenüber neuen Materialien, wie bei Taschen aus geprägtem PU in konsumigen Preislagen.“

Jannice Boss, Bugatti

PRESSEKONTAKT

presse@messe-offenbach.de

www.messe-offenbach.de

www.ilm-offenbach.de



„Am Samstag waren wir sehr zufrieden, am Sonntag war interessanterweise weniger. Viele Kunden aus dem Norden besuchen unseren Showroom und kommen nicht mehr zur ILM. Die Kunden aus Bayern und Baden-Württemberg sind hingegen trotz Ferienzeit alle hier. Erfreulicherweise haben wir auch neue Kunden aus Deutschland und dem Ausland gewonnen, darunter neue Geschäftstypen wie Schreibwaren und Schulbedarf, die ihr Sortiment um Taschen ergänzen. Modisch laufen Brauntöne sowie unsere Nummer eins, ein Sahne-Creme-Ton, hervorragend. Junge Leute stehen auf Vintage-Gold – ein Thema, das man im Auge behalten sollte.“

Georg Picard, Picard

„Die ILM läuft gut. Wir hatten sehr viele Meetings und neue Kunden, die spontan an unseren neu gestalteten Stand gekommen sind. Die edle, luxuriöse Optik unseres Standes gefällt sehr gut. Und die intelligenten Koffer mit innovativen, über eine App gesteuerten Funktionen begeistern die Händler.“

Brigitte Varvatsos, Heys

„Wir sind sehr zufrieden. Die Frequenz war im Allgemeinen vielleicht etwas geringer, aber bei uns war es immer voll. Neben deutschen Kunden haben wir viele Händler aus Benelux und Österreich gesehen. Insgesamt fallen die Order bei uns

PRESSEKONTAKT

presse@messe-offenbach.de

www.messe-offenbach.de

www.ilm-offenbach.de



diese Saison größer aus als im letzten Jahr. Das jüngere Design und unsere verstärkten Social-Media-Aktivitäten haben neue Zielgruppen erschlossen.“

Aleksandar Kusturic, Reisentheil

„Es lässt sich nicht leugnen: Wir müssen einen schrumpfenden Einzelhandel hinnehmen. Die, die weiter an Bord sind, investieren. Wir können von Glück reden, dass wir für unsere Branche eine Messe haben. Es geht dabei um den Event-Charakter und das Zusammenkommen. Mit anderen Worten: Es muss Spaß machen!“

Beate Jost, Jost

„Wir sind sehr zufrieden. Wir würden uns allerdings von der Messe-Organisation mehr Konzentration wünschen. Wir müssen enger zusammenrücken. Oben im C-Bereich stehen wir etwas isoliert. Und die Branche wird schließlich immer kleiner. Das Marketing-Team der ILM ist sehr dynamisch. Es ist toll, dass sie uns das Leben als Aussteller so angenehm wie möglich machen wollen. Sie sind freundlich und lösungsorientiert. Man spürt, dass wir alle in einem Boot sitzen. Was die Struktur der ILM betrifft, stellen wir mehr Internationalität fest. Das gilt auch für die Besucher: 70 % meiner Kunden sind aus dem Ausland. Das ist toll!“

Arne Borrey, Vocier

PRESSEKONTAKT

presse@messe-offenbach.de

www.messe-offenbach.de

www.ilm-offenbach.de



„Der Samstag war phänomenal, der Sonntag etwas verhaltener. Viele unserer Kunden kommen neuerdings eher am Montag. Und viele kleinere Händler, die man sonst am Sonntag traf, gibt es einfach nicht mehr. Die Kunden wagen neue Schritte und diese gern mit uns gemeinsam. Dabei geht es immer auch um Zuverlässigkeit und Service. Wir bieten interessante Packages für den POS – das kommt gut an. Wir blicken positiv nach vorn und gehen die Aufgaben mit dem Handel gemeinsam an. Wir müssen Schönes offerieren und die Käufer überraschen.“

Christiane Brunk, Braun Büffel

„Das war qualitativ eine hervorragende Messe. Alles, was Rang und Namen hat, war da. Klar, es werden nicht mehr Händler und Hersteller, aber wir müssen alles daransetzen, die Qualität der Besucher hochzuhalten. Unser Fazit: Die ILM bleibt der wichtigste Branchentreff; auch die Nachbarländer kommen. Wir gehen mit einem positiven Gefühl. Und bleiben gelassen – wenn es nicht mehr Händler gibt, können wir sie nicht backen.“

Marcel Schröder, Fond of

„Für uns war es eine sehr gute Messe. Die Anzahl der Händler könnte mehr sein, aber die Qualität war super. Der Sonntag war irre – der Stand war voll von morgens an. Wir haben sehr gute Aufträge bei Eoto geschrieben und mit der neuen Marke Händler mit einem hochwertigen Markenumfeld erreicht. Unsere Produkte aus recycelten Fischernetzen mit einer Beschichtung aus Autoscheibenfolie stoßen auf

PRESSEKONTAKT

presse@messe-offenbach.de

www.messe-offenbach.de

www.ilm-offenbach.de



positive Resonanz. Was ich noch anmerken möchte: Ein Termin nach dem Schulstart, also Mitte September, wäre besser.“

Leonhard Roßkopf, Hama + Eoto

„Es war super. Vor allem der Sonntag war toll. In Anbetracht der allgemeinen Situation sind wir sehr zufrieden. Die neue Kollektion gefällt und mutigere Händler kaufen viel Farbe. Denn Farbe zieht an. Bei den Materialien liegen Velours-Optiken, Korb und Stroh im Trend. Es geht um Modethemen in konsumigen Preislagen, die vielseitig kombinierbar sind.“

Oliver Lamm, Meier Lederwaren, Emily & Noah

PRESSEKONTAKT

presse@messe-offenbach.de

www.messe-offenbach.de

www.ilm-offenbach.de