

Statements

ILM EDITION #164

„Ich liebe dieses Branchentreffen. Die ILM ist das letzte große Branchentreffen, bei dem alle zusammenkommen. Deshalb müssen wir alle daran arbeiten, es zu erhalten: Hersteller, Messe und natürlich jeder einzelne Händler. Denn dieses Branchentreffen irgendwann zu verlieren, kann für niemanden das Ziel sein.“

MARCEL SCHRÖDER, FOND OF

„Es hätte ein wenig mehr Kundschaft da sein dürfen, wir sind aber nicht unzufrieden. Die ILM ist nach wie vor die Plattform für die Lederwarenbranche. Wir stehen in einem sehr guten und engen Austausch mit unseren Kunden und geben weiter, was wir als erfolgreich wahrnehmen. Tatsächlich haben wir auf der Messe auch Neukunden geschrieben. Damit hatten wir nicht gerechnet.“

OLIVER LAMM, MEIER LEDERWAREN

„Der große Vorteil der ILM ist, dass wir unsere Kunden zentral an einem Ort treffen. Die Vertreter müssen weniger reisen und wir können hier die gesamte Kollektion präsentieren. Gleichzeitig haben wir auch einige Neukunden empfangen. Genau dafür stellen wir aus: um bestehende Kunden zu betreuen, ihnen die neue Ware zu zeigen und neue Kunden zu gewinnen. So wie es jetzt aussieht, werden wir wiederkommen.“

RODNEY JONAS, LIKE IT A LOT

„Wir sind seit mehr als 30 Jahren auf der ILM vertreten. Für uns ist sie sehr wichtig, weil sie zu den bedeutendsten Lederwarenmessen zählt. Sowohl für den deutschen als auch für den nordischen Markt bietet sie uns die Möglichkeit, mit vielen unserer Kunden zusammenzukommen und Orders zu schreiben. Gleichzeitig treffen wir hier auch neue Kunden. Offen gesagt sind die Besucherzahlen bereits seit einigen Jahren niedriger, was uns durchaus beschäftigt. Umso wichtiger ist die ILM, denn es gibt nicht mehr viele vergleichbare Lederwarenmessen in Europa.“

SIMONE FRATTINI, PIQUADRO

Statements

ILM EDITION #164

„Wir sind sehr zufrieden. Der Traffic ist okay und viele unserer Stammkunden sind da. Tatsächlich haben wir auch einige Neukunden gewonnen, obwohl wir in diesem Bereich eigentlich gar nicht mehr so viel Potenzial haben. Dass trotzdem immer wieder neue Kunden dazukommen, ist natürlich schön – genau dafür ist man schließlich auch auf einer Messe. Unsere Erwartungen und Hoffnungen wurden erfüllt.“

ARUN SPITTHÖVER, SECRID

„Wir sind mit eher kleinen Erwartungen, aber dennoch positiv gestimmt hierhergekommen. Das kommt auch in unserem Motto ‚Colour your day‘ zum Ausdruck und wird gut angenommen. Wir führen gute Gespräche. Vielleicht sind die Orders etwas kleiner, aber insgesamt sind wir zufrieden und haben Spaß auf der Messe. Ich glaube, den Kunden geht es genauso. Die ILM ist für mich immer ein bisschen wie Nachhausekommen. Sie ist eine verlässliche Bank und entwickelt sich gleichzeitig weiter, was ich sehr gut finde. Das Team lässt sich immer wieder etwas Neues einfallen.“

CHRISTIANE BRUNK, BRAUN BÜFFEL

„Es ist eine gute Messe für uns. Wir sind sowohl mit der Stimmung als auch mit den Besuchern zufrieden. Ich glaube, alle haben die äußeren Umstände ein Stück weit akzeptiert und versuchen nun, den eigenen Wirkungsraum bestmöglich zu nutzen und zu gestalten.“

JOSEFINE JOST, JOST

„Da wir zum ersten Mal auf der ILM ausstellen, wusste ich nicht genau, was uns erwartet – und ich bin sehr positiv überrascht. Normalerweise sind wir auf Fashion-Messen unterwegs. Das Spannende an der ILM ist daher für uns, dass hier gefühlt 95 Prozent der Besucher relevant sind. Wir haben wirklich schöne Orders geschrieben, womit wir ebenfalls nicht gerechnet hatten. Für uns war es eine sehr positive erste Erfahrung.“

ANNA PFEIFFER POULSEN, MARKBERG

Statements

ILM EDITION #164

„Bei uns war wirklich viel los und wir hatten auch viele Neukunden. Für uns ist die ILM nach wie vor die wichtigste Arbeitsmesse: Die Kunden kommen hierher, es wird gearbeitet, Geschäft gemacht, genetworkt und man lernt neue Menschen kennen. Genau das ist für uns das Entscheidende.“

FLORIAN STRASSMEIER, L.CREDI

„Es ist meine erste ILM und ich finde sie total spannend. Wir hatten gestern und heute konstant interessante Gespräche – nicht nur mit Besuchern, sondern auch mit anderen Ausstellern. Man kommt miteinander ins Gespräch, tauscht sich aus und hilft sich gegenseitig. Die Atmosphäre ist sehr kollegial. Wir sind auf jeden Fall happy.“

DANIEL BRUNSTEINER, STOWEY

„Die ILM ist für den Lederwarenfachhandel eine einzigartige und wichtige Veranstaltung. Der Händler findet hier seine Lieferanten gebündelt in einem sehr überschaubaren Messezentrum und kann innerhalb der drei Messtage seine Belange effizient abarbeiten. Darüber hinaus hat die ILM mit interessanten Talkrunden und Abendveranstaltungen wie der Preisverleihung einen schönen Mehrwert geschaffen. Neben dem Geschäft zusammenzukommen und sich über alle Belange auszutauschen – auch zwischen Industrie und Handel – ist enorm wichtig. Wenn das in einer entspannten Atmosphäre stattfindet, umso besser. Die ILM bekommt von mir eine sehr gute Note.“

STEFAN BRUDER, ABRO

„Wir erleben im klassischen Lederwarenhandel unterschiedliche Händler: diejenigen, die stark bei ihren bestehenden Marken bleiben, aber auch viele klassische Händler, die sehr offen für unsere Produkte sind. Das finden wir natürlich toll. Wir kommen daher nicht wegen der Quantität, sondern wegen der Qualität hierher. Uns reichen fünf bis zehn gute Kundenkontakte. Bei unserer letzten Teilnahme haben wir beispielsweise mit einer großen Gruppe gesprochen und sind seitdem dort gelistet. Außerdem treffen wir hier bestehende Kunden wie Lufthansa Miles & More. Wir werden wiederkommen und damit Beständigkeit zeigen.“

TOBIAS TILINSKI, FLYNKA

Statements

ILM EDITION #164

„Die ILM ist für mich einer der wichtigsten Orte, um unsere Partner zu treffen. Sie repräsentieren einen großen Teil unseres Umsatzes und mit ihnen pflegen wir besonders enge und intensive Beziehungen.

Für mich ist die ILM vielleicht die beste Messe, auf der ich bislang ausgestellt habe – und ich habe viele Messen in Europa erlebt. Die Organisation ist großartig, wir treffen hier wichtige Partner und auch das Umfeld der anderen Marken schafft einen Mehrwert für die eigene Marke.“

SOFIA KUDINOVA, CABAIA

„Die ILM ist für uns eine reine und sehr produktive Ordermesse. Die Leute kommen mit einer klaren Agenda und ihrer Checkliste hierher, es wird Business gemacht und dann steht schon der Nächste bereit. Das ist sehr produktiv. Für mich ist die ILM teilweise auch wie ein Klassentreffen. Es ist einfach jeder hier. Man trifft Kunden, die bereits geordert haben, und spricht mit ihnen über andere Themen. Die gesamte Branche kommt an einem Ort zusammen und man kann sich unkompliziert austauschen. Das macht viele Arbeitswege kürzer, als ständig E-Mails hin und her zu schicken. Diese Form des produktiven Zusammenseins erlebt man auf anderen Messen nicht so.“

MAX ANTWERPES, GOT BAG