

Pressemitteilung | 3. August 2026

ILM EDITION #164

AUFBRUCH STATT ABWARTEN.

DIE ILM WIRD ZUM TREFFPUNKT EINER BRANCHE IM WANDEL

Eine Branche kann sich nicht aus der Krise herausdiskutieren. Sie muss sich begegnen. Genau mit diesem Anspruch geht die ILM in ihre 164. Ausgabe.

Steigende Kosten, geopolitische Unsicherheiten, Konsumzurückhaltung und ein Handel, der sich neu erfinden muss: Die Herausforderungen für die Lederwaren-, Taschen- und Reisegepäckbranche sind real – und sie lösen sich auch nicht in Luft auf, nur weil die Messetore öffnen.

Umso bemerkenswerter ist die Stimmung, mit der die ILM wenige Wochen vor Messebeginn auf die Zielgerade geht. Statt Krisenrhetorik prägen Zuversicht, Gestaltungswille und persönlicher Austausch die Vorbereitungen.

Vom 29. bis 31. August 2026 wird Offenbach erneut zum internationalen Treffpunkt für Marken, Händler und Branchenentscheider aus aller Welt. Nicht, weil plötzlich alles einfacher geworden wäre. Sondern weil persönlicher Austausch gerade in schwierigen Zeiten wichtiger ist als je zuvor.

„Wir können die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen nicht verändern. Aber wir können entscheiden, wie wir damit umgehen“, sagt Arnd Hinrich Kappe, Geschäftsführer der Messe Offenbach. „Gerade deshalb braucht unsere Branche Räume, in denen Menschen zusammenkommen, Ideen austauschen und gemeinsam Zukunft gestalten. Genau dafür steht die ILM.“

Diese Entwicklung zeigt sich bereits vor Messebeginn. Die Besucherregistrierungen unterstreichen die hohe internationale Nachfrage, zahlreiche Marken haben ihre Teilnahme bestätigt, weitere namhafte Unternehmen arbeiten an ihrer Rückkehr nach Offenbach. Die ILM behauptet damit einmal mehr ihre Rolle als einer der weltweit wichtigsten Treffpunkte für Lederwaren, Reisegepäck, Taschen und Accessoires.

MEHR SICHTBARKEIT FÜR PRODUKTE. MEHR WERTSCHÄTZUNG FÜR DEN HANDEL.

Diese Aufbruchsstimmung spiegelt sich auch in den Neuerungen der diesjährigen Messe wider. Nach mehreren Jahren kehrt der ILM Award zurück, allerdings mit einem grundlegend überarbeiteten Konzept. Statt Produkte in zahlreiche Kategorien einzuordnen, konzentriert sich die Auszeichnung künftig auf eine entscheidende Frage: Welches Produkt besitzt die größte Relevanz für den Markt? Im Mittelpunkt steht damit nicht mehr, ob ein Produkt einem bestimmten Segment zuzuordnen ist, sondern ob es den Handel wirklich weiterbringt und Endverbraucher überzeugt.

Über die Gewinner entscheidet eine unabhängige Fachjury aus Branchenexpertin Karolina Landowski, Handelsexperte Tobias Kurz und Branchenkenner Ralf Maurer, die die Einreichungen ausschließlich nach Kriterien wie Innovationskraft, Marktrelevanz und Potenzial für den Handel bewertet. Die drei überzeugendsten Produkte werden am Samstagabend im Rahmen der ILM Afterwork Party ausgezeichnet.

Ergänzt wird der Product Award erstmals durch einen Retail Award, der den Blick bewusst auf den Handel richtet. Rund 300 Aussteller wurden im Vorfeld gebeten, ihre fünf wichtigsten Handelspartner zu nominieren. Aus diesem Votum entstehen die drei Auszeichnungen für Händler, die aus Sicht der Marken durch besonderes Engagement, Verlässlichkeit und partnerschaftliche Zusammenarbeit überzeugen.

„Innovation endet nicht beim Produkt“, sagt Kappe. „Sie entsteht immer dort, wo Marken und Handel erfolgreich zusammenarbeiten. Deshalb war es uns wichtig, erstmals auch diejenigen auszuzeichnen, die Trends und Ideen jeden Tag auf die Fläche bringen.“

BÜHNE FÜR BEGEGNUNGEN.

Persönliche Begegnungen ziehen sich wie ein roter Faden durch die gesamte Messe – auch auf der Bühne. TV-Moderatorin Frauke Ludowig kehrt gemeinsam mit ihrer Tochter Nele Ludowig auf die ILM zurück. In einem persönlichen Bühnengespräch, moderiert von Cheryl Mühlen, sprechen die beiden über ihre Verbindung zur Modewelt, gemeinsame Projekte und den Blick hinter die Kulissen ihrer Zusammenarbeit. Ergänzt wird der Auftritt durch gemeinsame Messerundgänge sowie die Verleihung der ILM Awards am Samstagabend. Damit schlägt die ILM bewusst die Brücke zwischen Branchenexpertise, medialer Reichweite und direktem Austausch.

Auch Formate abseits der Messehalle gewinnen weiter an Bedeutung. Nach der erfolgreichen Premiere geht das Hidden Highlight in die zweite Runde und bringt ausgewählte Händler und Aussteller in exklusiver Atmosphäre zusammen. Gleichzeitig sorgen über 10 Creator und Medienschaffende mit ihren unterschiedlichen Perspektiven für zusätzliche Sichtbarkeit weit über die klassischen Branchenmedien hinaus.

OUTDOOR GEWINNT AN GEWICHT.

Parallel entwickelt die ILM ihre inhaltlichen Schwerpunkte konsequent weiter. Gemeinsam mit der Travel Goods Association (TGA) stärkt die Messe insbesondere den Bereich Reisegepäck, Outdoor und funktionale Accessoires. Die internationale Kooperation bringt zusätzliche Marken und neue Impulse nach Offenbach und unterstreicht die wachsende Bedeutung dieses Segments innerhalb des internationalen Fachhandels.

Gerade Outdoor entwickelt sich für viele Händler zu einem wichtigen Umsatztreiber. Gleichzeitig gibt es europaweit nur noch wenige Plattformen, auf denen sich das gesamte Spektrum dieses Marktes an einem Ort erleben lässt. Mit der Kooperation der Travel Goods Association (TGA) baut die ILM diesen Bereich gezielt weiter aus und stärkt ihre Position als internationale Plattform für Travel-, Outdoor- und Lifestyle-Produkte. Händler erhalten damit die Möglichkeit, sich einen umfassenden Überblick über ein Segment zu verschaffen, das für viele Sortimente zunehmend an Bedeutung gewinnt.

WER ZUKUNFT GESTALTEN WILL, MUSS MITEINANDER SPRECHEN - AM BESTEN PERSÖNLICH.

Die größte Veränderung ist derzeit nicht in den Kollektionen zu beobachten, sondern in der Haltung der Branche.

Während in den vergangenen Jahren vielerorts Unsicherheit und Krisen die Gespräche bestimmten, erlebt Arnd Hinrich Kappe heute eine Branche, die den Wandel zunehmend als Gestaltungsaufgabe versteht.

„Vor zwei Jahren habe ich auf vielen Veranstaltungen vor allem Frust gespürt. Heute sprechen die Menschen wieder über Lösungen. Natürlich ist die wirtschaftliche Lage nicht einfacher geworden. Aber die Haltung hat sich verändert. Es geht nicht mehr nur

darum, was alles schwierig ist. Es geht wieder darum, wie wir Zukunft gestalten können. Genau diese Energie möchte ich Ende August in Offenbach erlebbar machen“, erklärt Arnd Hinrich Kappe. „Wer wissen möchte, wohin sich unsere Branche entwickelt, sollte nicht nur die Berichte lesen, sondern selbst nach Offenbach kommen. Hier entstehen die Gespräche, Kontakte und Impulse, die weit über drei Messetage hinausreichen. Wer Zukunft gestalten will, muss miteinander sprechen.“

Mehr denn je versteht sich die ILM als Plattform für internationales Business, persönlichen Austausch und neue Formate – und damit als Treffpunkt einer Branche, die den Blick wieder nach vorne richtet.

Die ILM Edition #164 findet vom 29. bis 31. August 2026 in Offenbach am Main statt.

Alle Informationen zur Anmeldung und zum Rahmenprogramm unter www.ilm-offenbach.de.