



Stimmen | 5. Februar 2024

## ILM Edition #159.

„Die ILM ist für uns die erste Messe der Saison und damit perfekt für ein erstes Feedback. Die neue Position am Eingang wirkt sich positiv auf das Interesse an unserer Marke aus. Wir hatten viele Besucher aus dem Ausland, z.B. aus Osteuropa, Litauen, Kasachstan, Russland und Benelux.“

**Silvio Rinaldelli, Cromia**

„Wir haben viel Englisch gesprochen und freuen uns über spannende Neukontakte. Unser neuer, frischer und größerer Stand kommt gut an. Generell kann man sagen, dass Reisegepäck gerade die Sonnenseite der Branche darstellt.“

**Axel Bree, Stratic**

„Wir sind sehr zufrieden. Die Kunden, mit denen wir im Vorfeld Termine gemacht haben, sind alle da, auch aus Österreich und der Schweiz. Reisegepäck und Office-Taschen laufen, hier vor allem der Rucksack. Alles, was praktisch ist und direkt vom Homeoffice ins Büro begleitet, das läuft!“

**Tilman Scholling, Piquadro**

### PRESSEKONTAKT

Emine Heuter

presse@messe-offenbach.de

[www.messe-offenbach.de](http://www.messe-offenbach.de)

[www.ilm-offenbach.de](http://www.ilm-offenbach.de)

# ILM

„Die ILM ist eine Top-Messe. Sehr gut organisiert und übersichtlich gestaltet. Es läuft!“

**Grischa Schunke, Check.In**

„Wir waren vier Jahre lang nicht hier, sind aber zu dieser Messe gleich mit einer Super-Position gestartet. Wir präsentieren eine neue Kollektion von Reisegepäck, innovative Rucksäcke und viele neue Farben. Vor allem internationale Besucher sind hier: aus Italien, der Schweiz und aus Osteuropa. Und viele Neukunden – das hatten wir so nicht erwartet. Das Thema Outdoor kommt nach wie vor an, aber wir punkten jetzt auch mit City-Rucksäcken.“

**Roberto dell’Aquila, Thule**

„Der frühe Termin der ILM ist gut. Zum einen, weil er vor den Faschingstagen liegt; zum anderen, weil die Kunden jetzt noch keine Limit-Beschränkungen haben. Die Aufträge sind OK, bei vielen Kunden sind wir sogar im Plus. Bei uns werden durchaus auch ausgefallene Taschen gesucht. Von vielen Einkäufern hören wir: jetzt erst recht! Vergleichbare Billigware gibt es doch wie Sand am Meer. Modisch könnte man das Motto der neuen Saison so beschreiben: edel, zeitlos und die Schönheit des Materials steht im Vordergrund.“

**Stefan Bruder, Abro**

## **PRESSEKONTAKT**

**Emine Heuter**

**presse@messe-offenbach.de**

[www.messe-offenbach.de](http://www.messe-offenbach.de)

[www.ilm-offenbach.de](http://www.ilm-offenbach.de)

# ILM

„Wir sind sehr zufrieden! Auf der ILM sehen wir alle: von kleinen bis hin zu großen Händlern und Konzernen. Die Stimmung ist gut! Das verbreiten wir auch! Die Messe lebt von der familiären Atmosphäre – das ist wie ein Klassentreffen in Offenbach. An unserem Stand waren auch viele internationale Kunden: aus Skandinavien, den baltischen Ländern und Irland. Der Trend beim Handschuh geht in Richtung sportlich. Fäustlinge kommen gut an. Man will sich wohlfühlen – niemand quetscht sich mehr in enge Sachen.“

**Antje Wode, Kessler**

„Wir sind zufrieden. Die Besucherfrequenz ist gestiegen. Die Nachfrage bei uns geht in Richtung kleine Taschen und Cross-Beutel, sowie runde Formen in mittleren Größen. Es sind Taschen, die vielseitig einsetzbar sind.“

**Brigitte Reiner, L.Credi**

„Wir sind zum zweiten Mal hier und haben guten Traffic am Stand. Die ILM ist eine Messe, die ein Alleinstellungsmerkmal hat: Es kommen viele Bestandskunden nach Offenbach. Langfristig lohnt es sich, hier zu sein. Der Travel-Bereich läuft sehr gut. Hier haben wir funktional noch mal aufgerüstet. Unser Weekender ist aktuell am beliebtesten. Und die Mädels lieben Glanz.“

**Julian Beck, Rains**

## **PRESSEKONTAKT**

**Emine Heuter**

**presse@messe-offenbach.de**

[www.messe-offenbach.de](http://www.messe-offenbach.de)

[www.ilm-offenbach.de](http://www.ilm-offenbach.de)

# ILM

„Es läuft sehr gut. Der neue Standort im Erdgeschoss ist besser für uns. Wir haben mehr und vor allem auch viele internationale Kontakte. Unsere Linie ‚made in Germany‘ kommt sehr gut an. Das trifft den Zeitgeist. Wir bieten dem Handel viele Storys, die er seinen Kunden erzählen kann. Der Bereich Bike/Commuting ist unter Druck, weil der Markt gesättigt ist. Wir halten es aber für wichtig, dieses Sortiment zu pflegen. Das empfehlen wir auch den Kunden.“

**Markus Schelkle, Vaude**

„Wir sind zum ersten Mal hier. Da s.Oliver das Taschen-Segment erweitert hat, haben wir die Chance genutzt, auf der ILM auszustellen. Die Fachhändler haben erkannt, dass s.Oliver wieder ein gutes Taschenangebot hat und geben uns ein positives Feedback. Wir bieten modische Taschen mit einer hohen LUG, auch in Anfangspreislagen. Gute Themen für den kommenden Winter sind Kroko, Leo und Teddy.“

**Marina Prabucki, s.Oliver**

„Wir freuen uns über die Top-Platzierung. Nach einem etwas schleppenden Start am Samstag lief es am Sonntag deutlich besser. Die Besucherstruktur ist internationaler als beim letzten Mal. Und die Händler sind gut gelaunt. Viel besser als erwartet.“

**Thomas Nickel, Aleon**

## **PRESSEKONTAKT**

**Emine Heuter**

presse@messe-offenbach.de

[www.messe-offenbach.de](http://www.messe-offenbach.de)

[www.ilm-offenbach.de](http://www.ilm-offenbach.de)

# ILM

„Es läuft gut. Wir sind zufrieden und positiv gestimmt. Wir müssen die Herausforderungen annehmen und mit guter Laune vorangehen. Was die Order angeht, kommt uns der Trend zu langlebigen und hochwertigen Produkten entgegen. Speziell auch für Männer. Weekender mit durchdachtem Innenleben und Business-Taschen mit leichtem Vintage-Effekt sowie funktionale Rucksäcke, die auch mal als Overnight-Bag einsetzbar sind, laufen sehr gut.“

**Christiane Brunk, Braun Büffel**

„Wir sind zufrieden. Reisegepäck ist besonders gefragt: Hartschale, Weichgepäck und auch unsere Nylon-Serie. Wenn die Leute viel reisen, brauchen sie viel Gepäck. Wir hatten viele internationale Besucher am Stand: aus Spanien, Frankreich, den Niederlanden, der Türkei, Katar, Libyen, Russland, Zypern, Osteuropa und Skandinavien. Bei uns wird auch viel geschrieben – die Messe ist nach wie vor ein Mittelpunkt.“

**Stefania Zanetti, Brics**

„Wir zeigen bei Tosca Blu Schuhe und Taschen, wobei das Produkt Schuh gerade stärker gefragt ist. Das Weihnachtsgeschäft war für viele Händler nicht zufriedenstellend, das spürt man. Es gab zu wenig Treiben. Bei Adax sind wir super

## **PRESSEKONTAKT**

**Emine Heuter**

**presse@messe-offenbach.de**

[www.messe-offenbach.de](http://www.messe-offenbach.de)

[www.ilm-offenbach.de](http://www.ilm-offenbach.de)

# ILM

zufrieden. Die Händler müssen weniger Vororder treffen. Die Produkte sind langlebig und funktionell, das kommt an.“

**Mario Kolb, Tosca Blu & Adax**

„Wir sind positiv und wie immer guter Dinge zur ILM gekommen. Alle Kunden sind unserer Einladung gefolgt. Bei den Taschen sind entweder kleine oder große Modelle gefragt. Die mittleren Formate ein bisschen weniger. Wir bieten Produkte, die unsere Kunden gut verkaufen können. Das Thema ‚affordable luxury‘ wird großgeschrieben. Ich würde sagen, das ist das Keyword für unseren Erfolg.“

**Dave de Boer, Coccinelle, Guess, Valentino, Byblos u.a.**

„Wir sind froh, hier zu sein. Es läuft besser als erwartet. Wir haben sowohl Bestandskunden als auch Neukunden getroffen. Der Austausch ist wichtig: Gesichter sehen und Präsenz zeigen. Darauf kommt es an. Leichtigkeit wird gesucht – in jeder Hinsicht. Mental, wie auch beim Koffer.“

**Carlotta Jersch, Horizn Studios**

„Wir sind zufrieden. Wegen Covid hatten wir ausgesetzt, aber jetzt entdecken uns die Kunden wieder. Unsere Produkte in guter Qualität mit hohen Margen kommen

## **PRESSEKONTAKT**

**Emine Heuter**

presse@messe-offenbach.de

[www.messe-offenbach.de](http://www.messe-offenbach.de)

[www.ilm-offenbach.de](http://www.ilm-offenbach.de)



an. Wir bieten eine breite Farbpalette an, stellen aber fest, dass eher dezente Farben gesucht werden. Es geht um leichte Verkäufe und weniger Abschriften.“

**Florian Huemer, Hexagona**

„Vor allem der erste Tag war sensationell. Wir haben viele internationale Kunden und auch Neukunden begrüßen können. Banana Bags sind ein Riesenthema. Außerdem ist Gold wieder im Kommen.“

**Georg Picard, Picard**

„Es war alles super! Wir hatten an allen Tagen gut zu tun und haben von den Kunden viel Lob für unsere farbenfrohe Kollektion erhalten. Beerentöne und Metallics sowie Teddy sind modisch gefragt. Rucksäcke und kleine Formen laufen am besten.“

**Stephan Perl, Emily & Noah**

„Die Messe ist für uns super gelaufen. Wir haben keinen Showroom, daher kommen die Kunden zu uns auf die Messe. Wir haben viele Neuigkeiten präsentiert, darunter auch mehr Funktion bei unseren Rucksäcken. Das Thema Handtasche, hier vor allem Moonbags, ist so gut angekommen, dass wir dieses Segment erweitert haben. Man kann es nicht anders sagen: Die Messe ist einfach gut für uns. Wir planen einen

#### **PRESSEKONTAKT**

**Emine Heuter**

presse@messe-offenbach.de

[www.messe-offenbach.de](http://www.messe-offenbach.de)

[www.ilm-offenbach.de](http://www.ilm-offenbach.de)



größeren Stand zum nächsten Mal. Schön wäre ein Event mit anderen Rucksack Brands.“

**Dominique Legatzki, Got Bag**

**PRESSEKONTAKT**

**Emine Heuter**

**presse@messe-offenbach.de**

**[www.messe-offenbach.de](http://www.messe-offenbach.de)**

**[www.ilm-offenbach.de](http://www.ilm-offenbach.de)**