



Stimmen | 3. September 2024

ILM Edition #160

„Kaum, dass die Messe ihre Türen geöffnet hatte, haben wir gut gearbeitet. Die Kunden möchten ihr Sortiment optimieren. Sie suchen das Innovative, das Lebendige. Pastelltöne, Sand, Cognac und Koralle kommen gut an. Wir freuen uns auch über viele wiederkehrende Kunden.“

Silvio Rinaldelli, Cromia

„Für die europäische Gepäckbranche ist die ILM die wichtigste Messe. Für uns läuft es super. Wir freuen uns über gute Frequenz an unserem Stand. Neben Nachhaltigkeit (Recycling) setzen wir bei unseren neuen Koffern auf abnehmbare Räder. Auf diese Weise können Reisende auf die maximalen Abmessungen der Fluggesellschaften reagieren und die Größe ihrer Koffer individuell regulieren. Das kommt gut an.“

Cristiano Roncato, Roncato Valigeria

„Die Stimmung im Markt ist ernst. Viele Menschen haben Angst, das beeinflusst das Konsumklima. Aber, und das kommt uns zugute: auch, wenn die Menschen Angst haben, eine Valentino Tasche kann und möchte man sich leisten und will das auch nach außen zeigen. Mit unseren Marken, die wir als ‚affordable luxury‘ bezeichnen,

PRESSEKONTAKT

Emine Heuter

presse@messe-offenbach.de

www.messe-offenbach.de

www.ilm-offenbach.de

ILM

profitieren wir in dieser angespannten Situation. Wir unterstützen die Kunden mit Service und Promotion-Aktionen. Mit anderen Worten: wir sind für die Kunden da. Und deshalb ist es auch gut und wichtig, dass es die ILM gibt. Hier in Offenbach können die Händler in drei Tagen ihre Order machen. Viele Kunden, vor allem die Filialisten mit 10 – 20 Geschäften, kommen mit ihrem VK-Team zu uns. Auch, wenn sie schon geordert haben, kommen sie nach Offenbach, um hier über Konzepte zu sprechen.“

Dave de Boer, Fashion Solutions (Valentino, Guess, Mandarina Duck u.a.)

„Jetzt hat die Tasche wieder an Bedeutung gewonnen. Wir haben sehr positive Reaktionen auf unsere Kollektion. Die Kunden, die kommen, kaufen mehr und sind nicht zögerlich. Aber, und das ist leider nicht zu leugnen: es fallen viele Geschäfte weg. Bei den Produkten liegt der Fokus auf alternativen Materialien. 95 % unseres Angebots ist aus recycelten oder recyclefähigen Materialien. Pastelltöne und Raffia sind gefragt. Und kleine Herrentaschen! Was auffällt: Der Sonntag ist mittlerweile der wichtigste Tag auf der ILM. Die ILM ist ein unverzichtbarer Marktplatz; nicht nur eine Orderplattform.“

Georg Picard, Picard

„Die ILM ist auch dieses Mal wieder gut besucht. Wir haben viele Neukunden gewinnen können. Das ist schön. Die Marktsituation ist spannend. Wir fokussieren uns ganz klar auf Retail, das heißt, wir expandieren mit dem Fachhandel. Der cleane

PRESSEKONTAKT

Emine Heuter

presse@messe-offenbach.de

www.messe-offenbach.de

www.ilm-offenbach.de

ILM

Look unserer Produkte kommt gut an. Es sind durchweg Artikel, die Unisex funktionieren – das passt perfekt zum Genderfluid-Trend. Die Kunden sind preissensibel – umso wichtiger ist es, dass wir mit unserer Preispolitik stabil sind.“

Carlotta Jesch, Horizn Studios

„Wir sind zufrieden. Nicht die Anzahl der Köpfe, sondern das Einkaufspotenzial ist entscheidend. Das heißt: Die Kunden, die zu uns an den Stand kommen, sind durchaus kauffreudig. Wir stellen fest, dass die Vororder bei Taschen zugenommen hat. Aber bei Basisartikeln muss Verfügbarkeit gegeben sein. Wir sind immer gut lieferfähig. Die Preissensibilität ist nicht zu leugnen. Bei ca. 200 Euro liegt die Schallgrenze. Zur Messe selbst: wir finden das umfangreiche Vortragsprogramm sehr gut. Auch die Social-Media-Aktivitäten und das Team sind klasse. Das alles ist für moderne Messen heute sehr wichtig.“

Christiane Brunk, Braun Büffel

„Es ist vielleicht etwas weniger los als sonst. Aber unsere Kunden sind alle da. Bis auf Bayern und Baden-Württemberg sind die Schulen schon gestartet. Das kommt uns entgegen – die Händler haben positive Erfahrungen gemacht und kaufen jetzt für die Einschulung 2025. Das Thema Nachhaltigkeit ist extrem wichtig. Der Kunde wünscht nachhaltige Produkte mit Funktion. Wir haben die VK-Preise leicht angehoben, mit einer größeren Marge für die Kunden. Das honoriert der Fachhandel.

PRESSEKONTAKT

Emine Heuter

presse@messe-offenbach.de

www.messe-offenbach.de

www.ilm-offenbach.de

ILM

Wir glauben nach wie vor an die Bedeutung von Messen. Auf der ILM werden Trends gemacht, Trends erwartet und Trends gesucht.“

Maria Knebel, Felidae

„Wir und auch der Handel finden es grundsätzlich gut, dass auf der ILM alles an einem Ort stattfindet, auch die Order ist in Offenbach nach wie vor relevant. Durch die geringere Frequenz hat sich die Qualität der Gespräche, z. B. über Konzepte und Marketingmaßnahmen, verändert. Die gute Vorbereitung zählt. Bei den Produkten für den klassischen Lederwarenfachhandel sind Tagesrucksäcke und Fahrradrucksäcke wichtig. Obwohl wir viele trendige Farben anbieten, dominieren die Klassiker Blau und Schwarz.“

Matthias Herr, Deuter

„Wir haben auf der ILM auch Neukunden gewinnen und ehemalige Kunden wieder aktivieren können. Zur ILM kommen Entscheider. Hier sprechen wir über Strategien. Aus modischer Sicht sind Jeans und Bast gute Themen. Weiß, Pink Salt und Pistazie gefallen bei den Farben. Bei den Formaten liegen mittlere, etwas festere, aber nicht zu klassische Formen im Trend. Cross-over-Taschen laufen immer noch.“

Oliver Lamm, Meier Lederwaren (Emily & Noah)

„Der Gürtel hat wieder an Bedeutung gewonnen. Er ist mehr als ein Accessoire. Wir halten Messen generell für wichtig. Wo sollen sich die Kunden denn sonst

PRESSEKONTAKT

Emine Heuter

presse@messe-offenbach.de

www.messe-offenbach.de

www.ilm-offenbach.de

ILM

informieren, treffen, austauschen und wo sollen sie ordern? Die ILM ist unverzichtbar.“

Grazia Oelschlegel, MGM

„Wir hatten durchgehend gut zu tun. Mir scheint, dass die Stimmung im Lederwarenhandel besser ist als bei den Textilern. Modisch sind bei uns Raffia und Nieten sowie farblich sehr viel Cognac, Orange und Rot gefragt.“

Stefan Bruder, Abro

„Wir finden es super, an drei Tagen alles an einem Ort sehen zu können. Wobei es sehr schade ist, dass einige Premiummarken nicht mehr auf der ILM ausstellen. Was am POS läuft? Der Sicherheitsaspekt ist sehr groß. Artikel wie Kreditkartenetuis von Secrid sind aktuell sehr gefragt.“

Andreas Trebuss, Modeherz

PRESSEKONTAKT

Emine Heuter

presse@messe-offenbach.de

www.messe-offenbach.de

www.ilm-offenbach.de