



STIMMEN | 06. FEBRUAR 2023

ILM EDITION #157.

„Die Stimmung ist deutlich besser als erwartet. Die wirtschaftliche Lage oder die Inflation sind bei uns kein Thema. Die Kunden sind zuversichtlich, haben keine Preisängste und gehen produktorientiert an die neue Kollektion. Sie kaufen modischer und wollen Eyecatcher. Das heißt, sie gehen nicht nur Nummer sicher. Das Ordervolumen ist in etwa gleich wie im Vorjahr. Auch der Kundenkreis ist wie immer. Allerdings hatten wir auch einige neue internationale Gesichter am Stand. Ich denke, die zeitgleich stattfindende Messe Ambient hat die ILM befruchtet.“ **Achim Bruder, abro**

„Es sind mehr internationale Besucher unterwegs. Bei uns sind Themen wie Nachhaltigkeit und speziell bei The Bridge Handwerklichkeit gefragt. Das ist unsere DNA. Das läuft!“

Donald Maluzzani, The Bridge/Piquadro

„Geox hat durch Schuhe und Bekleidung einen hohen Bekanntheitsgrad. Davon profitieren wir und wecken das Interesse der Besucher. Leichtigkeit und etwas größere Taschen für die ‚Managing Mum‘ laufen bei uns super.“ **Handan Celebi, Geox/Agetur Berning**

„Wir sind zwei Tag zu dritt auf der ILM unterwegs. Wir sehen hier viele Marken unter einem Dach. Das ist gut und sorgt für eine bessere und schnellere Vergleichbarkeit. Wir erhalten hier auch viele Merchandising Ideen.“ **Christoph Achenbach, Lederwaren Acker, Stuttgart**

„Alle Kunden sind hier, auch Neukunden. Das Verhalten des Handels würde ich als besorgt, aber konstruktiv beschreiben. Man konzentriert sich auf starke Marken, wie wir sie bieten. Wir sind mit Guess, Valentino und Coccinelle stark im Segment ‚affordable luxury‘ – genau das geht in schwierigen Zeiten sehr gut. Der frühe Termin ist perfekt. Er gibt uns mehr Planungssicherheit.“ **Dave de Boer, Coccinelle, Valentino, Guess, Lancaster, Mandarina Duck u.a.**

PRESSEKONTAKT

Karola Helinski
presse@messe-offenbach.de
www.messe-offenbach.de
www.ilm-offenbach.de



„Wir sind sehr zufrieden mit dem Verlauf der Messe. An unserem Stand konnten wir wie immer viele Kunden aus Deutschland, aber auch aus Benelux und Finnland begrüßen. Die Stimmung ist durchweg gut.“ **Like it a lot, Alexander Kraima**

„Zur Gewinnung von Neukunden ist die ILM aber auf jeden Fall sehr wichtig. Die ILM ist eine Messe für Marken und darauf ausgerichtet, neue Marken zu entdecken. Das Segment Reisegepäck zieht an. Schon 2022 war gut. Wir haben containerweise Hartschalenkoffer verkauft. Je bunter desto besser. Die Leute wollen peppige Farben.“

Katharina Duteil, Schneiders/Walker

„Der frühe Termin ist für uns sehr viel besser. März ist für Vaude zu spät. Wir brauchen die frühe Einteilung für unsere Produzenten. Die Qualität der Besucher war gut. Wir freuen uns auch über neue internationale Kontakte, z.B. aus Skandinavien, Korea und Australien. Rucksäcke sind bei uns nach wie vor das Thema Nr.1, aber auch Reisegepäck zieht stark an. Wir sind sicherlich die femininste Outdoor-Marke. Das wird honoriert.“ **Markus Schelkle, Vaude**

„Offenbach ist und bleibt der Standort für Deutschland und über die Grenzen hinaus für die Lederwarenindustrie. Wir stehen zu der Messe und präsentieren auf der ILM unsere Neuheiten; in diesen Tagen speziell bei den Marken Leonard Heyden, Oxmox und Golden Head. Viele unserer Kunden sind aktuell in Sachen Schulranzen aktiv; daher war der Sonntag deutlich besser. Samstag war der Handel im Geschäft. Wir spüren Mut und Zuversicht. Farbe kommt super an. Der März-Termin ist besser. Die ILM ist stark genug, sie muss sich nicht nach der Ambiente richten.“ **Christian Bergemann, Steinmann-Gruppe**

„Der neue Standort in Halle C1 ist für uns perfekt: edler, Licht durchfluteter und höhere Decken. Wir konnten auch internationale Kunden begrüßen: aus UK, den Niederlanden, Dänemark, Rumänien, Belgien, Frankreich, Polen, Tschechien und Portugal. Unsere Marke gewinnt immer weiter an Bekanntheit. Die Aspekte Nachhaltigkeit und Beratung am POS sind wichtig und werden von uns durch Verkaufsschulungen begleitet. Die ILM macht einen guten Job. Die Erstellung von individuellem Video Content ist super.“ **Thomas Nickel, Aleon**

PRESSEKONTAKT

Karola Helinski
presse@messe-offenbach.de
www.messe-offenbach.de
www.ilm-offenbach.de



„Die ILM bietet einen guten Marken-Mix. Ich kann hier viele neue Marken entdecken. Für den kommenden Winter halten wir Farbe für sehr wichtig. Ich denke da an Blautöne, aber auch an Orange. Das ist in Italien jetzt schon stark.“ **Doris Albarus, Goldkrone**

„Die ILM ist eine sehr gute Messe. Vor allem der Sonntag war klasse. Wir profitieren von der wieder angezogenen Nachfrage nach Gepäck und Reiseutensilien.“

Joanna Pisacone, Icon Group (Roberto Cavalli)

„Wir sind seit zehn Jahren dabei, aber mit Koffern jetzt zum ersten Mal. Die Kunden sind auf der Suche nach neuem Reisegepäck. Sie sind aufgeschlossen für neue und funktionelle Designs. Die ILM ist auch international stark: bei uns waren beispielsweise Kunden aus UK und den Niederlanden.“ **Timo Breyer, d b Company**

„Es läuft sehr gut, wenngleich ich speziell am Sonntag mehr Frequenz erwartet hätte. Die Kunden, die hier sind, schreiben schöne Orders und achten auf wertige Produkte. Insgesamt stellen wir mehr Mut zu Farbigkeit fest: Lila und Beerentöne gefallen. Es muss ein bisschen knallen. Optische Highlights sind gefragt.“ **Klaus Wurmeder, Roeckl**

„Wir hatten eine sehr erfolgreiche Messe. Die Produkterweiterung um Damentaschen ist sehr gut angekommen. Diese Taschen werden selektiv, das heißt nur an unsere Premiumpartner verkauft. Auch international ist die ILM wichtig. Bei uns waren Händler aus Lettland und wie immer viele Kunden aus Österreich und der Schweiz.“ **Christiane Brunk, Braun Büffel**

„Wir sind sehr zufrieden; hatten an allen Tagen sehr gut zu tun. Die Messe ist auch international gut besucht. Bei uns waren Kunden aus Griechenland, Finnland, Schweden, Frankreich und Polen, um nur einige Länder zu nennen. Wenn die ILM wieder zu einem späteren Zeitpunkt stattfinden würde, wäre das besser, also lieber wieder im März. Auch die Hotelpreise waren in diesen Tagen viel zu hoch.“ **Oliver Lamm, Emily & Noah**

PRESSEKONTAKT

Karola Helinski
presse@messe-offenbach.de
www.messe-offenbach.de
www.ilm-offenbach.de



„Wir sind sehr zufrieden. Die Messe war toll; die Stimmung super! Ausländer sind gefühlt doppelt so viele hier wie sonst. Die Kunden haben Spaß am Produkt. Es gibt keine Preisdiskussionen – das alles hat uns sehr positiv überrascht. Insgesamt wird für den kommenden Winter mehr Farbe geordert: Pink und Gelb zum Beispiel.“ **Georg Picard, Picard**

„Nach vier Jahren Zwangspause sind wir endlich wieder hier. Wir bleiben zwei Tage und halten nach neuen Taschen, Accessoires und Reisegepäck Ausschau. Die Messe ist gut, man fühlt sich gleich wieder wohl, wie zuhause. Es ist bemerkenswert, wie viele Marken nach wie vor in Offenbach ausstellen.“ **Lindsay Furniss, The Tannery, Norfolk (GB)**

PRESSEKONTAKT

Karola Helinski
presse@messe-offenbach.de
www.messe-offenbach.de
www.ilm-offenbach.de