

WAS IN DER BRANCHE LÄUFT | AUSGABE 08/2023 | D58282 | EUR 5,30

# SHOEZ

ANZEIGE

WWW.SHOEZ.BIZ

*Ara-Konzern zerfällt | ANWR-Händlerforum | Was bringt die neue Saison?*



# LLOYD

GERMANY 1888

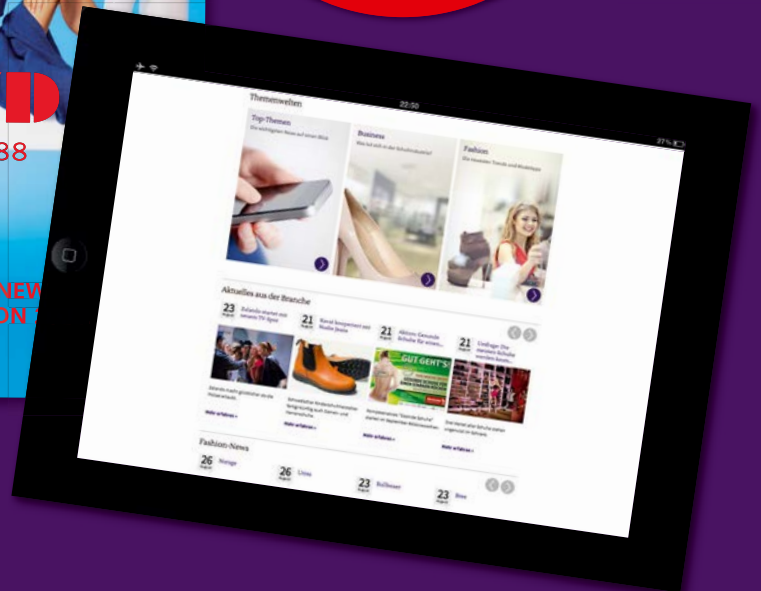
**DISCOVER OUR NEW  
SUMMER COLLECTION 2024.**

LLOYD.COM

# SHOEZ – viel mehr als eine Fachzeitschrift!



**NUR**  
**€ 59,90\***  
**für 1 Jahr**  
in D-A-CH  
\*sonstiges Ausland zusätzliche Versandkosten



Gerade in Krisenzeiten wie heute kommt es darauf an, immer top informiert zu sein. Nutzen Sie daher auch unsere digitalen Angebote. Tagesaktuell finden Sie die neuesten Nachrichten auf unserer Homepage [www.shoez.biz](http://www.shoez.biz). Und damit Ihnen die wirklich wichtigen News aus der Schuhbranche nicht entgehen, melden Sie sich am besten für unseren SHOEZ-Newsletter an.

**Übrigens: Auch der Abonnement-Preis von SHOEZ ist absolut krisentauglich:**

Für nur Euro 59,90 erhalten Sie für ein ganzes Jahr das volle Informationspaket. Printausgabe + Newsletter + tagesaktuelle Meldungen auf [www.shoez.biz](http://www.shoez.biz). Vergleichen Sie doch mal, was Sie woanders für soviel Information zahlen!

**SHOEZ: Alles, was in der Schuhbranche läuft.**

Bestellen Sie Ihr SHOEZ-Abonnement unter [gk@shoez.biz](mailto:gk@shoez.biz) oder +49 (0) 641 79508-13

Folgen Sie uns auf Instagram:  /shoez\_magazine

# Strukturwandel

Wann fing das eigentlich an? Vielleicht können Sie sich erinnern? Ich glaube, es waren die Elektrofachgeschäfte. Bei uns im Kleinstädtchen mit 20.000 Einwohnern gab es mindestens vier. Die verschwanden einfach. Irgendwann kaufte man seinen Fernseher bei Saturn oder im Mediamarkt in der nächsten größeren Stadt. Oder waren es die Drogerien? Wir hatten damals drei. Heute gibt es gefühlt immer noch drei – allerdings bundesweit. Ich weiß gar nicht, ob es außer dm, Müller und Rossmann noch andere Drogerien gibt? Drogerie-Fachgeschäfte sind in Deutschland praktisch ausgestorben. Und mindestens zehn Bäckereien hatten wir. Zehn Backwarenverkaufsstätten gibt es auch heute noch. Backen tut niemand mehr – höchstens aufbacken. Müsste es dann nicht Aufbäckereien heißen?

Die Schuhbranche lebte lange auf der Insel der Glückseligen. Das hing zum einen damit zusammen, dass sich die Schuhleute in ihren Genossenschaften gut organisiert hatten, zum anderen an der Tatsache, dass Schuhe aufgrund ihrer schieren Menge nicht so vergleichbar waren wie damals der Grundig-Fernseher oder das Nivea-Shampoo. Ein Elektrofachgeschäft oder eine Drogerie konnte sich mit den Produkten nicht mehr profilieren. Diese waren überall



„Die **SCHUHB**RANCHE lebte lange auf der **INSEL** der **GLÜCKSELIGEN**“

präsent, es zählte allein der Preis (und nur mit Abstrichen der Service).

Nun hat der Strukturwandel den Schuhhandel voll erfasst – und er lässt sich nicht mehr aufhalten. Wohin aber wandelt der Handel? Wird es wie bei den Drogerien irgendwann noch drei große stationäre Händler geben? Deichmann, Siemes, Kienast – und das war's? Ganz so schlimm wird es nicht werden. Aber das große Schuhgeschäftssterben ist noch längst nicht vorbei. Wie in den ausgestorbenen Branchen sind Schuhe heute dank Internet vergleichbar.

Wie soll ein Schuhgeschäft denn noch Geld verdienen? Indexmieten, Energiekosten, Personalkosten (sofern man Personal findet), Zinsen – alles steigt exorbitant. Das drückt

die Renditen – in vielen Fällen ins Negative. Gleichzeitig sind die Umsätze seit der Corona-Krise eingebrochen. Nominal überschaubar, real dramatisch. Was ist also zu tun? Die Preise müssen rauf. Das ist kein Allheilmittel, aber ohne eine deutliche Anhebung der Durchschnittspreise wird es nicht gehen. Achten Sie in der neuen Orderrunde darauf. Auch auf die Kalkulation. Und haben Sie den Mut, sich notfalls neu zu orientieren.

Georg Kamnakis



Marc O'Polo

## SHOEZAKTUELL

- 03 Editorial
- 06 Top-News
- 07 Ara-Konzern zerfällt: Gruppe will Lloyd und Salamander verkaufen
- 09 ANWR Group: Generalversammlung in Leipzig

## SHOEZFASHION

- 04 What's In
- 10 Trends und Meinungen aus der Schuhbranche
- 28 SHOEZ-Schau

## SHOEZBUSINESS

- 34 Industrie
- 36 Handel
- 37 Köpfe
- 38 Messen
- 39 Anzeigenmarkt
- 39 Impressum

10

Vor welchen **Herausforderungen** steht die Schuhbranche in der neuen Orderrunde? Welche **Trends** kommen zur neuen Saison? Wir haben Händler und Hersteller befragt.



# WHAT'S IN?

## SO UGLY – NOT UGLY 01



Modell: Gabriela Hearst

Man muss sie vielleicht nicht schön finden, aber eines sind Fisherman-Sandalen in diesem Sommer: mega-angesagt. Ebenso wie Workwear-Boots wurde dieser Schuhtrend nicht auf dem Laufsteg geboren, sondern resultiert aus der Arbeitskleidung – in diesem Falle von Fischern im Mittelmeerraum – und verkörpert perfekt das, was Designer unter „ugly shoe“ verstehen. Kombiniert mit leichten Sommerkleidern ist der lässige Stilbruch perfekt, aber auch mit Jeans und Shirt zeigen sich die komfortablen Trendsandalen von ihrer besten Seite.

## „Summer ACCESSOIRE“



Modell: Khaite

## 02

### SNAKE SKIN

*Man liebt es oder man hasst es: Faux Snakeskin – immer mal wieder in und out – zeigt sich in der aktuellen Saison von seiner besten Seite. Bereits auf den Catwalks von Labels wie 16Arlington, Alaïa, Tod's und Khaite vorgestellt, hat der coole Reptilprint inzwischen auch den Streetstyle erobert und wird auch für Herbst / Winter heiß gehandelt.*



Modell: Jacquemus

## 04 CAPRI CORE

Sie waren bereits in den 50er-Jahren ein ultimatives Must-have im Sommer... und sind nun wieder zurück: Caprihosen. Der figurbetonte Schnitt und die kniebedeckende Saumlänge machten sie damals besonders beliebt. Heute, rund 70 Jahre später, zeigen Labels wie Jacquemus oder Isabel Marant den Hosen-Trend in neuen, coolen Abwandlungen.

## 05 LONDON CALLING



Photo: Roger Schell / Condé Nast / Shutterstock

Ein Muss für Fashionistas: Die erste britische Ausstellung, die der Arbeit der französischen Couturière Gabrielle „Coco“ Chanel gewidmet ist, zeichnet die Gründung des Hauses Chanel und die Entwicklung ihres ikonischen Designstils nach, der auch heute noch die Art und Weise beeinflusst, wie sich Frauen kleiden. In der umfassenden Ausstellung werden mehr als 200 Looks, Schmuck, Accessoires, Kosmetik und Düfte von Coco Chanel zu sehen sein – zum ersten Mal werden sie alle zusammen gezeigt. Die Ausstellung im Londoner Victoria and Albert Museum wird am 16. September eröffnet und geht bis zum 24. Februar 2024. Schon jetzt heißt es: unbedingt vormerken!

## 03 BITTE BAST

*Ob am **Strand** oder in der City – **Basttaschen** und -Schuhe sind seit zwei Saisons das **unverzichtbare Sommer-Accessoire**.*

Waren es früher lässige Tote-Bags und Körbe, ist die Formenvielfalt in diesem Sommer grenzenlos – von lässigen Strandtaschen über klassische Formen bis hin zu schicken Cross-Body-Modellen für jeden Geschmack.



Modell: Ami Paris

Modell: Tamaris



# Gabor

VIER STARKE MARKEN. EIN VERSPRECHEN.



- Persönlicher Service
- Beste Lieferleistung
- Attraktive Kollektionen
- Hohe realisierte Durchschnittspreise
- Großes Nachlieferprogramm



**Gabor**  
fashion

**Gabor**  
comfort





## **BIRKENSTOCK** bereitet offenbar **BÖRSENGANG** vor

Die Beteiligungsgesellschaft L Catterton bereitet offenbar den Börsengang der Tochterfirma Birkenstock in den USA vor. Der deutsche Sandalenhersteller könnte dabei mit mehr als 6 Milliarden Dollar bewertet werden. Laut einem Bericht der Agentur Bloomberg sind die Investmentbanken JP Morgan und Goldman Sachs mit der Organisation des Deals beauftragt worden, der bereits nach der Sommerpause oder im kommenden Jahr stattfinden könnte. Hinter L Catterton steht unter anderem der französische Luxusgüterkonzern LVMH, weiterer Anteilseigner von Birkenstock ist die Familienholding von LVMH-CEO Bernard Arnault, Financière Agache. Zudem sind auch die Brüder Christian und Alex Birkenstock weiter an der Firma beteiligt. 2021 hatten die neuen Eigentümer einen Mehrheitsanteil an Birkenstock übernommen. Damals war das Unternehmen mit 4,9 Milliarden Dollar bewertet worden. Birkenstock hatte im ersten Halbjahr des Geschäftsjahres 2022/23 seinen Umsatz um 19 Prozent auf 646 Millionen Euro gesteigert. Das Betriebsergebnis legte um 11 Prozent auf 225 Millionen Euro zu.

### **GERRY WEBER SCHLIESST 122 FILIALEN**



Der Modekonzern Gerry Weber aus Halle in Westfalen hat weitere einschneidende Schritte angekündigt. Das Unternehmen entlässt Mitarbeiter und schließt einen großen Teil der Filialen. Die Gerry Weber Retail GmbH betreibt die Shops für den angeschlagenen Modekonzern und ist im Insolvenzverfahren in Eigenregie. Das Unternehmen hat angekündigt 122 der 171 eigenen Shops bis Ende September zu schließen. Übrig bleiben nur die Geschäfte, die derzeit profitabel arbeiten. Damit ist der Abbau von 350 Arbeitsplätzen verbunden. Außerdem hat der Konzern angekündigt, auch die Shops-in-Shops, zum Beispiel in Karstadt-Galeria-Kaufhof-Warenhäusern zu schließen. Das Unternehmen will zukünftig vor allem den Großhandel beliefern. Damit kehre es zu den Wurzeln zurück, erklärte die Firmenchefin Angelika Schindler-Oberhaus. Sie bezeichnete den vor mehr als zehn Jahren eingeschlagenen Kurs, neue Geschäfte zu eröffnen als falsch. Derzeit laufen Gespräche mit Investoren und Gläubigern. In dem Zusammenhang hat das Unternehmen außerdem angekündigt, weitere 75 Vollzeitstellen am Konzernstandort in Halle zu streichen.



### **P.S. SCHUHE SCHLIESST ACHT GESCHÄFTE**

Der insolvente Schuhfilialist P.S. Schuhe, der zum Osnabrücker Unternehmen Lemax Shoe-Fashion gehört, wird den Großteil seiner Geschäfte schließen, weil diese nicht rentabel betrieben werden könnten, teilte Insolvenzverwalterin Ria Brüninghoff von der Kanzlei Pluta mit. Insgesamt umfasste das

Filialnetz vor Insolvenzanmeldung zwölf Filialen inklusive einem Outlet in Osnabrück. Die verbleibenden vier Filialen sowie wie der Onlineshop PS-schuhe.de werden an den Schuhgroßhändler J.H. Pölking – ein Schwesterunternehmen von Lemax – abgegeben. Pölking, das 1894 gegründet wurde und in vierter Generation geführt wird, hatte am 1. Juni ein Insolvenzverfahren in Eigenverwaltung eröffnet. Durch die Übernahme habe man die Jobs von 25 der insgesamt rund 60 Mitarbeiter gerettet.

### **SCHUHINDUSTRIE DROHT ARBEITSKAMPF**

Die erste Runde der Tarifverhandlungen in der deutschen Schuhindustrie sind am 11. Juli in Würzburg ergebnislos zu Ende gegangen. Damit droht ein Arbeitskampf in der Branche. Laut Bundesverband der Schuh- und Lederwarenindustrie (HDS/L) stießen die Forderungen der IG BCE vor dem Hintergrund der gesamtwirtschaftlichen Lage und der Situation im Schuhmarkt „auf völliges Unverständnis bei der Arbeitgeberseite“. Die Arbeitgeberseite wies die Forderungen als „völlig unannehmbar“ zurück. „Wir lassen uns nicht für dumm verkaufen“, betonte IG BCE-Verhandlungsführer Frieder Weißenborn. Das Verhalten der Arbeitgeber sei „inakzeptabel“ gewesen, denn sie hätten die Forderung der IG BCE komplett zurückgewiesen. „Das zeugt von Ignoranz und zeigt, dass sie unter Realitätsverlust leiden“, empörte sich Weißenborn. Gleichzeitig hätten die Arbeitgeber kein Angebot auf den Tisch gelegt, weder zum Entgelt, noch zur Inflationsausgleichsprämie. Die Multibranchengewerkschaft IG BCE fordert in dieser Tarifrunde, dass die Entgelte der Beschäftigten um einen einheitlichen Festbetrag von 372 Euro steigen und die Ausbildungsvergütungen um 200 Euro für jedes Ausbildungsjahr erhöht werden sollen. Außerdem will sie die Zahlung des tariflichen Inflationsgeldes in Höhe von 3.000 Euro durchsetzen, das steuer- und abgabenfrei ausgezahlt werden kann. „Ab dem 1. August ist die Zeit abgelaufen, dann endet die Friedenspflicht. Wir werden uns durchsetzen – auch mit Arbeitskampf“, drohte Weißenborn. 13.000 Beschäftigte arbeiten in der Branche, 8.000 allein beim Sportartikelhersteller Adidas. Ein Termin für die Fortsetzung der Verhandlungen steht noch nicht fest.

### **RÖTHER ÜBERNIMMT AHLERS-KERNGESCHÄFT**

Das Kerngeschäft des insolventen Textilkonzerns Ahlers mit den Marken Pierre Cardin, Baldessarini, Otto Kern, Pioneer Jeans und Pionier Berufskleidung geht an den Modefilialisten Röther aus Michelfeld sein. Auch die Auslandstöchter des Herforder Unternehmens in Polen, der Schweiz, Frankreich, Österreich, Ungarn und Spanien und die Produktion in Sri Lanka gehen an Röther. Die

börsennotierte Ahlers AG und sieben Tochterfirmen hatten im April Insolvenz wegen drohender Zahlungsunfähigkeit angemeldet. Die Röther-Gruppe betreibt unter dem Namen Modepark Röther 48 Filialen in Deutschland und verkauft dort auch Mode von Ahlers. Bei der Ahlers AG verbleibende Beteiligungen und Vermögensgegenstände werden im Zuge der Insolvenzverfahren liquidiert.

# Ara-Konzern ZERFÄLLT

Gruppe will Lloyd und Salamander verkaufen

Die Ara-Gruppe will sich künftig auf die Ursprungsmarke Ara Shoes konzentrieren und die Marken Lloyd und Salamander verkaufen. Die Kinderschuhmarke Lurchi wurde bereits an Supremo und damit letztlich an Deichmann, den Mehrheitsgesellschafter des Pirmasenser Unternehmens, veräußert. Zudem wurden die Anteile am Software-Unternehmen CPA an Rieker abgegeben. Neben den Veränderungen auf Produktionsseite will Ara auch seine Retail-Aktivitäten einstellen, abgesehen von den eigenen Ara-Shops. Die Einzelhandelstöchter Klauser und Salamander mit damals über 80 Filialen befinden sich seit Dezember im Schutzschirmverfahren, deren Zukunft ist offen, ein Investor wird gesucht. Erste Filialen wurden bereits geschlossen. Und in Österreich wurden die Schuhketten Delka und Salamander verkauft, alle Filialen werden demnächst ebenfalls geschlossen. Auch die Salamander-Aktivitäten in Ungarn, Tschechien und der Slowakei wurden oder werden eingestellt. Anfang des Jahres hatte die Ara-Gruppe bereits das Werksgelände in Langenfeld verkauft.

## Investoren gesucht

Nun sucht die Gruppe also strategische Partner beziehungsweise geeignete Investoren für Lloyd und Salamander. Sie sollen die Mar-

ken als neue Eigentümer „zukunftsorientiert weiterentwickeln“ und ihr „volles künftiges Potenzial heben“, teilte Ara mit. Während der Investorensuche in den kommenden Monaten werde das operative Geschäft wie gewohnt weitergeführt. Die Marke Salamander wird allerdings für Frühjahr/Sommer 2024 keine Kollektion mehr auf den Markt bringen. Deren Schuhe wurden ohnehin mehrheitlich nur in den eigenen Filialketten verkauft.

Die Marken der Gruppe stünden Kunden und Geschäftspartnern bis auf Weiteres unverändert zur Verfügung, auch für die Mitarbeiter soll sich, so das Unternehmen, nichts ändern. Man gehe davon aus, dass der geplante Einstieg von Investoren bei Lloyd und Salamander weitestgehend keine Auswirkungen auf die rund 500 betroffenen Beschäftigten beider Marken hierzulande haben werde. Andreas Wortmann, CEO der Ara-Gruppe: „Mit dieser umfassenden Neuausrichtung schaffen wir bestmögliche Voraussetzungen für die Zukunft der Marken Lloyd und Salamander.“

Lloyd wurde zur Jahrtausendwende von der Ara-Gruppe übernommen, Salamander folgte im Jahr 2009. Um auch in den kommenden Jahren ihre Marktposition ausbauen



Die Ara-Zentrale in Langenfeld wurde schon zu Jahresbeginn verkauft.

zu können, würden zusätzliche strategische Initiativen und Investitionen benötigt. Je nach Marke gehe es hierbei in unterschiedlichem Ausmaß um die weitere Modernisierung, den Ausbau der Markenbekanntheit, die Erschließung neuer Vertriebswege sowie zusätzliche Internationalisierungsschritte.

## Belastungen durch Ukraine-Krieg und Corona

Die vergangenen drei Jahre – vor allem Corona-Pandemie und Ukraine-Krieg sowie die gesamtwirtschaftlichen Folgen – hätten bei der Ara-Gruppe wie bei fast allen Unternehmen der Branche zu Belastungen geführt. Die Gründerfamilie werde sich als Gesellschafter künftig ausschließlich auf Ara Shoes mit seinen weltweit insgesamt 2.700 Mitarbeitern konzentrieren.

## Salamander und Delka schließen alle Filialen in Österreich

Die beiden bis vor kurzem zur deutschen Ara-Gruppe gehörenden Schuhhandelsketten Salamander und Delka ziehen sich komplett aus dem österreichischen Schuhmarkt zurück. Insgesamt 37 Filialen sollen bis Ende September geschlossen werden, rund 300 Mitarbeiter verlieren ihren Arbeitsplatz. Der Ausverkauf ist bereits am 10. Juli gestartet. Salamander-Chef Jens Peter Klatt bestätigte gegenüber der Zeitung „Der Standard“ den Rückzug der zwei Vertriebslinien aus Österreich. Salamander sei an eine neue Gesellschaft verkauft worden. „Die Ara-Gruppe hat sich vollumfänglich von den Einzelhandelsaktivitäten um Salamander Österreich und Delka getrennt“, wird Klatt zitiert. Der Sanierungsspezialist Rainer Schrems soll die Abwicklung in Österreich übernehmen. Schrems führt die Wiener Salono Companysolutions GmbH, die sich als ein Spezialist für „schwierig zu handhabende Unternehmensphasen“ bezeichnet. „Ziel ist, dass wir das ohne Insolvenz schaffen“, sagte er gegenüber der „Kronenzeitung“. Dafür sei es notwendig, Mietverträge aufzulösen. Verkauft worden seien auch alle Aktivitäten von Salamander in Ungarn. Ebenso seien die Geschäfte in der Slowakei und Tschechien vor kurzem eingestellt worden. Salamander, seit 54 Jahren in Österreich aktiv, betrieb zuletzt noch 19 Filialen, nachdem sich das Unternehmen in den letzten Jahren von einigen prominenten Standorten wie der Salzburger Getreidegasse, dem Wiener Graben und der Kärntner Straße in Wien zurückgezogen hatte. 2011 hatte Ara die Stiefelkönig-Tochter Delka übernommen. Seither schmolz deren Filialnetz von 35 auf derzeit 18. Laut Standard hat Salamander in Österreich im Jahr 2021 einen Bilanzverlust in Höhe von mehr als neun Millionen Euro angehäuft. Die Umsätze brachen laut Bilanz um 14 Prozent auf 22 Millionen Euro ein. Infolge der Lockdowns flossen mehr als 3,3 Millionen Euro an staatlichen Covid-Hilfen ins Unternehmen.



Alle Delka-Filialen sollen geschlossen werden.



# ANWR GROUP: WIRTSCHAFTLICH STABIL

Generalversammlung der Genossenschaft in Leipzig

*„Stell dir vor ...“ – unter diesem Motto hatte die ANWR GROUP die Mitglieder der Genossenschaft zum Händlerforum und zur Generalversammlung am 25. und 26. Juni nach Leipzig eingeladen. Im Rahmen der Generalversammlung blickte der Vorstandsvorsitzende Frank Schuffelen auf das Jahr 2022 zurück: „Die Unternehmensgruppe hat sich 2022 gut behauptet und ist wirtschaftlich stabil“, so Schuffelen.*

## MÜCKE-GRUPPE MIT UMSATZPLUS



Die zur ANWR Group gehörende Mücke-Gruppe, bayrisches Handelsunternehmen für Schuhe und Textilien, schloss das Geschäftsjahr 2022 mit einem Umsatz von 102,8 Millionen Euro ab. Gegenüber dem Vorjahr bedeutet das ein Plus von 20 Prozent. Damit erreichten die Umsätze wieder das Vor-Corona-Niveau. Von dem Umsatzplus profitierten die Filialstandorte, während der Vertriebskanal Online nicht an die Corona-Phase anknüpfen konnte: Die E-Commerce Umsätze beliefen sich auf 4,2 Millionen Euro, nach 5,2 Millionen Euro im Vorjahr. Knapp 750 Beschäftigte arbeiten für die Mücke-Gruppe. Für das aktuelle Geschäftsjahr zeigt sich die Geschäftsführung der Mücke-Gruppe mit Kathrin Schmidt, Thomas Klein und Felix Schmuck zuversichtlich: Der aufgelaufene Umsatz lag Ende Mai mit 40,5 Millionen Euro um drei Prozent über dem Vorjahreswert. „Die Einführung eines digitalen Kundenbindungssystems, der „Mücke-App“, war und ist ein toller Erfolg“, so Geschäftsführer Thomas Klein. In nur wenigen Monaten wurden mehr als 150.000 App-User gewonnen und damit eine direkte Ansprache der Kunden ermöglicht. Der Umsatzanteil der Mücke-App-Kunden liegt im Jahr 2023 bei durchschnittlich 40 Prozent.

Ausgehend von dem Abrechnungsvolumen in Höhe von 21,7 Milliarden Euro – ein Plus gegenüber dem Vorjahr von knapp 10 Prozent – stiegen die Umsatzerlöse um 16,8 Prozent auf 722 Millionen Euro. Das Ergebnis vor Steuern verdoppelte sich von 4,0 auf 8,3 Millionen Euro.

### Ausgewogene Verteilung der Umsatzerlöse

Wichtig sei, so Schuffelen, eine ausgewogene Verteilung der Umsatzerlöse auf unterschiedliche Quellen, um so die Widerstandsfähigkeit im Interesse der Gemeinschaft zu erhöhen. Die Provisionseinnahmen aus dem Geschäft der Zentralregulierung, des Payments und Factoring trugen mit einem Anteil

von 35 Prozent (253 Millionen Euro) zu den Umsatzerlösen bei. Der Anteil der Zentral fakturierung lag bei 23 Prozent (165 Millionen Euro), des Großhandels bei 18 Prozent (127 Millionen Euro) sowie des Einzelhandels und E-Commerce bei 19 Prozent (143 Millionen Euro). Die Rückvergütung an die Händler durch Anreizprämien oder vergleichbare Modelle betrug im Jahr 2022 über 40 Millionen Euro und damit rund 10 Millionen Euro mehr als im Jahr zuvor. „Die Händler partizipieren unmittelbar von der Leistungsfähigkeit der Unternehmensgruppe“, sagte Schuffelen. Die Mitglieder der Genossenschaft erhalten zudem eine Dividende in Höhe von 10 Prozent für das Jahr 2022.



Vorstandschef Frank Schuffelen (zweiter von rechts) erläuterte den Genossen die wirtschaftliche Lage der ANWR Group.

Für das Jahr 2023 zeigt sich Schuffelen zurückhaltend: Das Abrechnungsvolumen lag zum 31. Mai mit 8,7 Milliarden Euro 2,0 Prozent unter dem Vorjahr.

Die ANWR-Unternehmensgruppe verbindet rund 4.800 Händler in 20 europäischen Ländern. Auf den größten Markt Deutschland mit einem Anteil von 54 Prozent folgen Frankreich und die Niederlande. Der Internationalisierungsgrad liegt bezogen auf die Handelspartner bei 46 Prozent. In den letzten drei Jahren hätten sich über 500 neue Händler der Unternehmensgruppe angeschlossen,

davon im Jahr 2022 über 200. Die Anzahl der Industriepartner liegt bei rund 2.500. Knapp 100 Lieferanten wurden 2022 in die Zentralregulierung aufgenommen. Die Diversifikation in mittlerweile über 15 Branchen jenseits der Kernbranchen Schuhe, Sport und Lederwaren und mehr als 20 Länder Europas werde fortgeführt. „Darüber lassen sich Einnahmequellen breit streuen. Das reduziert die Abhängigkeit.“

Für die Aufsichtsratsmitglieder Christian Bode, Britta Goertz, Franz Herrlein und Claude Steinmetz stand turnusmäßig die Neuwahl

auf der Tagesordnung der Generalversammlung. Alle vier wurden in ihren Ämtern bestätigt und für weitere drei Jahre wiedergewählt.

Die ANWR Group wird das Konzept des Händlerforums weiterentwickeln und 2024 mit einem neuen Format starten. Der Campus Mainhausen bildet am 5. und 6. Juni den Rahmen dafür. Eingeladen sind dann alle Handelspartner der ANWR-Unternehmensgruppe aus dem Schuh-, Sport- und Lederwarenbereich. Die Generalversammlung 2024 ist für den 5. Juni auf dem Campus Mainhausen geplant.

## STÜBEN FUSS & SCHUH GEWINNT AUGUST-BLANKE-PREIS

Kirsten Graßmay aus dem schleswig-holsteinischen Neumünster freut sich über die Auszeichnung mit dem August-Blanke-Preis 2023. Die ANWR Group ehrte die Gewinnerin im Rahmen des Händlerforums in Leipzig für das Konzept „Kultur im Schuhregal“. Regelmäßig öffnet das Unternehmen Stüben Fuß & Schuh das Haus für Konzerte, Lesungen oder Theater und schafft dadurch Raum für Austausch und Kulturgenuss.

Mit dem Veranstaltungsformat „Kultur im Schuhregal“ mache Kirsten Graßmay deutlich, „dass der stationäre Handel und auch die Innenstadt lebt, wenn es Leute gibt, die sie lebendig gestalten“, sagte Britta Goertz, Aufsichtsrätin der ANWR Group, in ihrer Laudatio.

Kirsten Graßmay und ihr Team von Stüben Fuß & Schuh wandeln seit einigen Jahren das Schuhgeschäft regelmäßig in eine Eventfläche um. Sechs Kulturveranstaltungen pro Jahr locken jeweils rund 100 Gäste. Mittlerweile haben sich zwischen Sneakern, Pumps und Hausschuhen das außergewöhnliche Angebot „Kultur im Schuhregal“ als eigenständiges Konzept und das Schuhhaus über die Grenzen der Stadt Neumünster hinaus als anerkannter Kulturort etabliert. Bei all dem kulturellen Engagement verbindet Kirsten Graßmay das Angebot auch mit dem Verkauf von Schuhen. Karten im Vorverkauf müssen im Geschäft erworben werden.

Händler aus dem ANWR Verbund, die unternehmerischen Mut und Tatkraft bewiesen haben, waren zur Bewerbung 2023 eingeladen. Aus dem Kreis der von der Jury ausgewählten drei Nominierten ging Stüben Fuß & Schuh als Gewinner hervor. Nominiert waren auch Kirstin Fitterer aus Erbach und das Schuhhaus Erhard in Prien.

Zunächst als Testphase während der Elternzeit gründete Kirstin Fitterer ihr auf Barfußschuhe spezialisiertes Angebot „Zehenspiel“ im Odenwald. Bald folgte die Eröffnung eines großen Geschäfts und heute ist „Zehenspiel“ ein etablierter Anbieter für das Nischenprodukt Barfußschuhe. Drei Angestellte und zwei Auszubildende sind seit der Gründung im Jahr 2020 ins Team gekommen.

Für das Schuhhaus Erhard in Prien am Chiemsee sorgen die beiden Schwestern Sophie Lubenau und Stephanie Erhard für die tägliche Inspiration der Kunden unter dem Motto „Get You Daily Dose Of Happiness!“ Sie inspirieren die Kundinnen mit täglichen Posts und Stories, Reels und Livestreams bei Instagram. Schon während des ersten Corona-Lockdowns im Frühjahr 2020 hatten sie Inhalte für Instagram produziert, um bei den Kunden präsent zu bleiben und den Verkauf aufrecht zu erhalten. Als die Geschäfte Mitte Dezember 2020 zum zweiten Mal schlossen, wurde Instagram endgültig zum Online-Schaufenster und ist es bis heute geblieben.



Laudatorin Britta Goertz, Kirsten Graßmay, ANWR-Aufsichtsvorsitzender Holger Baierl und ANWR-Vorstandschef Frank Schuffelen (von links)

# TRENDS UND MEINUNGEN AUS DER SCHUH-BRANCHE

## MAIKE GALIPP-LE HANNE Geschäftsführerin Galipp Schuhmode

*Was ist für Sie die größte Herausforderung in der kommenden Orderrunde?*

Wir haben vor zwei Saisons unseren Einkauf komplett überdacht. Wir haben immer schon jeden Lieferanten einzeln ausgewertet. Wer bei uns im Bruttogewinn nicht performt, fliegt – da sind wir nun sehr konsequent! Egal wie nett der Außendienst ist, egal um welche Marke es sich handelt. Bei den oberen zehn Lieferanten im Ranking kaufen wir dementsprechend mehr. Marken wie Nike, Adidas oder Dr. Martens kaufen wir nicht, da wir mit der Anfangskalkulation nicht zurechtkommen. Das ist wie Geldwechseln. Wir achten beim Einkauf sehr genau auf die Kalkulation. Da fehlt schon mal ein Bestseller auf dem Auftrag, da der EK erhöht, aber der VK-Preis nicht dementsprechend angepasst wurde. Obacht!

*Worauf kommt es bei Ihnen bei der Order besonders an?*

Auch wenn es schwer fällt: Wir müssen unsere Zahlen im Griff behalten und in der Saison früh nachbestellen. Besonders Mode und Farbe, denn da zeichnet sich ein Trend ab. Die Lieferanten, die das können, sind die Gewinner. Was predigte mir jahrelang mein Vater: Kein Schuhhändler ist an zu wenig Ware pleite gegangen. Generell heißt es rational handeln: Kopf an, Herz und Emotionen aus. Zahlen sind die Fakten! Für mich als sehr emotionaler Mensch eine echte Challenge, aber das Beste was ich in den letzten zwei Jahren in meinem Job gelernt habe.

*Spüren Sie in letzter Zeit eine verstärkte Nachfrage der Verbraucher nach nachhaltig hergestellten Schuhen oder spielt das Thema keine Rolle?*

Wir haben in den letzten neun Monaten drei Räumungsverkäufe durchgeführt. Ich war immer vor Ort und im Verkauf. In dem Moment, in dem es Rabatte gibt, geht alles. Schlechtseller, Schuhe mit Farbunterschieden, ja es werden auch Schuhe unpassend gekauft, um das Schnäppchen zu schlagen. Der Preis macht den Kunden heiß! Die Themen Nachhaltigkeit und Vegan spielen überhaupt keine Rolle.



*Was wünschen Sie sich von Ihrer Verbundgruppe?*

Ich würde mir als Händlerin wünschen, dass Fragen beantwortet werden. Die ANWR bietet seit Jahren lediglich eine Plattform zum Austausch an, beantwortet jedoch die Fragen nicht, wie wir es auf der letzten Generalversammlung wiederholt erlebt haben. Vielleicht mag der Vorstand mal auf diesen Fragenkatalog eingehen. Lieferanten werden zu wenig in die Pflicht genommen, gerade wenn es um Kalkulationen bestehender Schuhe geht. Nach wie vor hat der Einzelhandel keinerlei Lobby. Da ist mir die ANWR viel zu ruhig und sollte sich mal die Landwirte, Bäcker und Apotheker als Vorbild nehmen. Ich vermisse unseren Vorstand in Talkshows.



## GABOR: ELEGANZ GEWINNT AN BEDEUTUNG

Bei den Damenschuhen von Gabor fashion und Gabor comfort stehen die Farben Grün, Pink, Weiß, Orange, Violette, Royal und Malve im Mittelpunkt. Elegantere Schuhe gewinnen weiter an Bedeutung, insgesamt jedoch überwiegt in den Gabor-Kollektionen nach wie vor der Casual-Anteil. Der Übergang ist oft fließend. Die wichtigsten Schuhtypen sind Slipper und Colledge, Sneakers, Ballerinas und Galanterie-Modelle. Für die Highseason sind Pantoletten und Sandaletten sowie Karree-Sandaletten wichtig.

Bei den Materialien setzt Gabor auf hochwertige Glattleder, genarbte Cervo-Optiken, Rauleder, weiche Lacke und Folien-Glazzleder. Bast und Jute werden gerne für Bezüge verwendet.

Bei den Herrenschuhen der Marke Pius Gabor steht Sportivität weiterhin im Fokus. Das in F/S 23 neu eingeführte und sehr erfolgreiche Citysegment wird weiter ausgebaut und enthält auch lässige Businessversionen. Leichte, futterlose Typen sind ideal in der Sommersaison, außerdem Slippervarianten von sportlich bis klassisch elegant.

Bei den Farben kommen neben Blau, Cognac und Grau auch trendige Weiß- und Beigetöne, oftmals in Kombination, sowie edle Erdtöne und helle Grautöne. Bevorzugte Materialien sind weiche Nubuks und Velourleder sowie edle Bürst- und Glattleder. Häufig sind sie kombiniert mit luftig sportiven Mesheinsätzen.

Rollingsoft ist die Marke aus dem Haus Gabor, die für funktionale Schuhe mit Abrollsohle steht. Sie punktet in der neuen Saison ebenfalls mit vielen neuen Modellen und Varianten.



**BARBARA AICHINGER**

Paul Green GmbH

**Wie entwickelt sich das Thema der Sneaker weiter?**

Sneakers sind fester Bestandteil jeder Garderobe und für viele Frauen auch der wichtigste Part im Schuhschrank. Man kann sie immer tragen - sie sind zeitlos, alterslos und allem voran, bequem. Neben vielen Farben im Sommer ist und bleibt der weiße Sneaker am wichtigsten - bei Paul Green darf er in der nächsten Saison auch mal feminer und teilweise geschmückt sein.

**Wie bewerten Sie im Zuge der neuen Smartness das Thema Pumps und Highheels?**

Pumps und Highheels werden ein Anlass-Thema bleiben, weil wir gerade im deutschsprachigen Raum auch einen viel praktischeren Zugang zu Mode haben. Früher musste der Pumps die Funktion eines möglichst komfortablen Office/Arbeitsschuhs erfüllen. Im Zuge der Casualisierung und Evolution der Arbeitswelt ist dieses Erfordernis schlicht verschwunden. Wenn Frauen Schuhe mit Absatz tragen, dann nur, weil sie es wollen und sich einen gewissen Style wünschen.

**Was sehen Sie als größte Herausforderung in der kommenden Orderrunde?**

Die generelle Unsicherheit in der Welt und im Speziellen in unserer Branche. Nichtsdestotrotz gibt es durch den Wegfall von größeren Playern, neue Möglichkeiten. Gerade kleinere Schuhhändler können die potentiellen Lücken erfassen und schneller darauf reagieren. Wir freuen uns über die Möglichkeiten, die sich durch neue Partnerschaften ergeben können.

**Wie bewerten Sie ganz allgemein die derzeitige Konsumstimmung?**

Eine Zurückhaltung der Konsumenten ist nicht wegzudiskutieren. Neben den realen Verlusten, die die Menschen haben, sind es aber definitiv auch generelle Zukunftsängste, die überhandnehmen und durch die Medien noch mehr geschürt werden. Sobald aber auch hier ein gewisser Gewohnheitsfaktor einsetzt, wird auch wieder eine neue Normalität und somit Planbarkeit einsetzen.



„Neben den realen Verlusten, die die Menschen haben, sind es aber definitiv auch generelle Zukunftsängste, die überhandnehmen und durch die Medien noch mehr geschürt werden.“

**HEIKO HÜDEPOHL**Managing Director  
Shoe.com, s.Oliver Shoes**Wie entwickelt sich das Thema der Sneaker weiter?**

Hierbei muss man beachten, wer der Träger ist. Mann oder Frau? Kinder oder Senior? Sneaker bleiben erheblich wichtig als Schuhtyp. Wo früher bei Hochzeiten der Mann den schwarzen Lederschuh tragen musste, da trägt er jetzt auch den weißen Uni-Sneaker. Die Mode ist vielfach nach Corona und auch im allgemeinen Trend casual geblieben.

**Was sehen Sie als größte Herausforderung in der kommenden Orderrunde?**

Die größte Herausforderung ist die Wetterabhängigkeit unserer Branche. Für 2022 haben sich die Kunden sehr gut mit Ware eingedeckt und das hat dazu geführt, dass in Kombination mit dem Wetter bis in den Mai 2023 die Abverkäufe durchwachsen waren.

**Inflation, Lieferproblematik, Ukraine-Krieg - wie wirkt sich das auf das Orderverhalten des Handels aus?**

Die Reaktionen des Handels sind sehr unterschiedlich. Selbstbewusste Kunden, die die Ware auch in ihrem Geschäftsmodell früh brauchen, teilen schon gut ein.

**Wie wichtig ist das Thema Funktion?**

Wenn man Bequemlichkeit und Weichheit als Funktion betrachtet, dann ist es sehr wichtig.

ANZEIGE



»Ich bin bei GMS, weil ich dort die beste Unterstützung in meine Selbständigkeit bekommen habe!«

**Jörg Armutter**

Gesunde Schuhe Velten, Meckenheim

[www.GMS-Verbund.de](http://www.GMS-Verbund.de)**TAMARIS: VON SPORTIV BIS ELEGANT**

Die kommende Tamaris-Kollektion für Frühjahr/Sommer 2024 hält aufregende Trends bereit. Im Fokus stehen die Themen: „Express Yourself“, „Endless Possibilities“ und „Parisian Office Chic“, die zwischen Januar und März ausgeliefert werden. Knallige Sneaker in Pink und Orange sorgen für Farbexplosionen und bringen frischen Wind in die Mode. Denim wird zum Modebegleiter mit vielfältigen Stylingmöglichkeiten. Der All-Over-Jeans-Look wird im kommenden Frühjahr und Sommer nicht nur über die Kleidung gespielt, auch Sneaker, Pumps und Booties bilden ein himmelblaues Duett mit der Lieblingsjeans. Der moderne Büro-Look bricht mit traditionellen Regeln und setzt auf stilvolle Kombinationen. Mary-Jane-Ballerinas, Riemchen-Pumps und Heeled-Loafer geben dem Outfit eine elegante Note.



**MATTHIAS  
RODEMEIER**  
*Tamaris, Kollektionsplanung und -entwicklung*

Welche Farben, **Absatzhöhen**, **Leistenformen** und **Details** bestimmen den Look im der kommenden F/S-Saison?

Es bleibt bunt und das ist auch gut so. Frische Farben, ob kräftige Töne wie Orange oder Pastellfarben wie Hellblau, sorgen für Attraktivität in den Kollektionen und emotionalisieren die Endverbraucherin.

Wie schätzen Sie den von **Designern** propagierten Aufstieg der Highheels ein?

Feminine Mode verkauft sich weiterhin gut, besonders zu Anlässen. Aber es müssen keine Highheels sein. Wir sind überzeugt, dass mittlere Absatzhöhen auch für modische Modelle wichtiger werden.

Wie gewichten Sie den **Anteil offener Ware**? Hat dieser in den vergangenen Jahren zugenommen?

Wir werden den Anteil offener Ware unverändert lassen. Aufgrund unserer Expansion in südeuropäische Länder haben wir das Angebot an Pantoletten und Sandaletten bereits in den letzten Saisons ausgebaut.

Welche **Schuhtypen** bieten in der kommenden Saison neues Potenzial?

Loafer sind bereits seit einigen Saisons eine wichtige Warengruppe. Wir sehen weiterhin großes Potenzial, in diesem Segment zu wachsen.

**DR. GERHARD BACHMAIER**  
CEO Högl



Welche Farben, Absatzhöhen, Leistenformen und Details bestimmen den Look in der kommenden F-/S-Saison?

Contemporary Elegance und modern Lifestyle prägen die Silhouetten:

Pumps mit taillierten, betont spitz zulaufenden Leisten und filigranen, stark taillierten Absätzen sind feminine Powerstyles. Flats & Loafer als neue Basics aus supersoftem Material mit flachen Böden; Ballerinas mit stark abgerundeter Kappe, super flachen, flexiblen Böden und weichem Tragegefühl vermitteln unkomplizierten Easy.

Wie bewerten Sie im Zuge der neuen Smartness das Thema Pumps und Highheels?

Das Thema Pumps/High Heels liegt in unserer DNA und wir sehen es auch für die kommenden Saisons weiterhin als wichtiges Thema. Neuinterpretierte Classics werden zum Statement für unaufdringliche Eleganz und leisen Luxus. Voraussetzung sind anspruchsvolle und moderne Designs, die dennoch alltagstauglich sind. Für uns ist wichtig, gleichzeitig den Wunsch nach unkompliziertem Chic im Casualbereich mit modernen Flats abdecken zu können.

**INUIKII**

Die SS24 Kollektion von Inuikii zeichnet sich durch einige besondere Merkmale aus: organische Shapes (beispielsweise in Form der neuen Sabot-Sohle), Puffer-Material (Leder-Puff, synthetischen Puff und Denim-Puff) sowie Plateau-Sohlen. Zudem überzeugt die Kollektion mit den auffälligen Farben Fuchsia, Lime und Baby Blue.



Inspiriert von dem griechischen Wort für „Farben“, feiert die Kollektion Chromata das Kaleidoskop der Farben, das die Fantasie beflügelt. Für den Sommer 2024 kommen einige ganz neue Slipper ins Spiel. Die Besonderheit: monochrome Block-Colors. Der Fokus liegt hier vor allem auf den Farben Fuchsia, Lime und Baby Blue.

Die Kollektion „Midnight“ vereint Slipper und Sneaker mit ikonischen Modellen, welche neu erfunden worden. Neben den bereits beliebten Matilda-Sneaker aus den letzten Saisons werden hierunter auch einige neue Sneaker gelauncht. Auch „Heatwave“ vereint Slipper und Sneaker mit bereits bekannten Modellen, welche ein neues Design erhalten haben, wie zum Beispiel Woven Infradito. Die Heatwave-Kollektion ist so gestaltet, dass sie den Anforderungen des warmen Wetters standhält: atmungsaktive Materialien, luftige Texturen und innovative Funktionen.



**MARC O'POLO**

„Verantwortungsvoll gegerbtes Leder oder recycelte Materialien kommen in warmen Naturtönen, die zusammen mit Olivgrün und Khaki die perfekte Basis bilden.“

Minimalistisch, langlebig, hochwertig – die Marc O'Polo-women shoes-Kollektion für Frühjahr/Sommer 2024 vereint natürliche Materialien mit zeitgeistigen Texturen, klaren Formen und unerwarteten Details. Durchdachte Nachhaltigkeit bleibt dabei ein wichtiger Pfeiler: Verantwortungsvoll gegerbtes Leder oder recycelte Materialien kommen in warmen Naturtönen, die zusammen mit Olivgrün und Khaki die perfekte Basis bilden. Aufgebrochen wird die Farbpalette von frischen Trend-Farben wie Mint, Fresh Salmon, Berry Lilac und Denim-Blau, die mit spannenden Schattierungen ihre Wirkkraft verdoppeln. Neu interpretierte Loafer-Varianten, feminine Ballerinas und Sandalen-Styles – flach oder in moderner Karree-Form mit Kitten Heel – sowie luftig-leichte und trendorientierte Slides & Co. machen Lust auf einen langen Sommer!

Für die Herren gibt es eine breite Palette neuer Sneaker in angesagten Formen mit besonderen

Details – von handcrafted bis sportlich – oder mit interessanten Materialkombis und frischen Farbakzenten wie Burnt Orange, Denim-Blau, Khaki und Oliv die mit spannenden Schattierungen ihre Wirkkraft verdoppeln. Lässige Mokassins, neu interpretierte Loafer-Varianten und luftig-leichte Slides ergänzen die Kollektion.





## DÉSIRÉE ORLOWSKI, ANWR Schuh, Leiterin Geschäftsbereich Produkt



Welche **Trends** prägen die Schuhmode im kommenden Frühjahr? Blau- und Denim-Töne sowie Orange sind die neuen Trendfarben für die F/S-Saison 2024. Die Warengruppe Ballerinas wird das Trendthema.

**Inflation, Lieferproblematik, Ukraine-Krieg** – wie wirkt sich dies auf das Orderverhalten aus?

Die Orderplatzierung muss sich wieder einpendeln. Corona hat die Lieferketten erschüttert, was dazu geführt hat, dass einige Lieferanten nicht fristgerecht und vollzählig ausliefern konnten. Händler haben darauf reagiert, indem sie in den vergangenen Saisons frühzeitig und viel platziert haben, mit dem Ziel rechtzeitig Ware im akzeptablen Umfang zu erhalten. Die Rechnung ging leider nicht überall auf, da dies Anfang des Jahres 2023 dazu geführt hat, dass zu viel Ware überpünktlich in den Lagern gelandet ist. Dies führte im ersten Halbjahr 2023 zu einem sehr hohen Warendruck. Wir freuen uns zu sehen, dass die guten Rausverkäufe eine generelle Erleichterung des Warendrucks verursacht haben. Aus diesem Grund appellieren wir für eine Aufteilung der Order-Budgets nach Themenwelten – es sollte nicht alles sofort am Anfang platziert werden. Sowie eine Orderplatzierung nahe am Abverkauf. Dies führt zu einer besseren Planung.

Wie entwickelt sich das Thema der **Sneaker** weiter?

Sneaker zeigen weiterhin ein großes Potential. Im Rausverkauf verzeichnen wir einen Anteil von bis zu 40 Prozent über das Jahr hinweg. In der Sommer-Saison verhält sich das zum Teil noch stärker. Die Warengruppe zeigt unterschiedliche Ausprägungen, wie Premium-

Sneaker, Marken mit Nachhaltigkeitsschwerpunkten, Lifestyle oder auch sportlich anmutende Ausrichtungen (zum Beispiel Trail Running – HOKA). All diese Gruppen gewinnen Relevanz im Einkaufsverhalten der Endkunden.

Welche **Themen** haben in der aktuellen F/S-Saison besonders gut funktioniert?

Modeware wie Loafers und Galanterie haben ein Wachstum zum Vorjahr verzeichnet. Ebenso waren Marken mit einem guten Herrenschuh-Angebot erfolgreich. Hier standen Sortimente im Fokus, die Herrenschuhe angeboten haben, die über das Minimum der NOS-Warenangebote hinausgingen. Premium-Sneaker und Produktpersönlichkeiten einiger Marken waren hoch im Kurs

Glauben Sie, dass **Schuhmessen** noch eine Zukunft haben?

Die Messelandschaft ist im Umbruch. Solange Messen nutzerrelevante Themen anbieten, haben sie auch eine Zukunft für Handel und Industrie. Es liegt an den Messeveranstaltern zu verstehen, welche Inhalte, Produkte und Leistungen auf dem Punkt dargestellt und zur Verfügung gestellt werden, damit Abnehmer sie als relevant empfinden. Dafür müssen wir alle im starken Austausch mit allen Stakeholdern stehen. Die Entwicklungen zeigen, dass neben der starken klassischen Arbeitsmesse auch Information und Inspirationsquellen geschaffen werden müssen. Die Vernetzung von Teilnehmern (Händler, Industriepartner und Verbänden) sollte hierbei auch eine Plattform erhalten.

ANZEIGE

ISA flexigenmaterials [www.isanextgenmaterials.com](http://www.isanextgenmaterials.com)

ISA TanTec™ LITE™

# ISA REGENERATIVE LEATHERS

Raising livestock, regenerating landscapes

LAND TO MARKET OTHER HALF PROCESSING

Regulations are changing! Get your transparent supply chain in place now!



## 6 FRAGEN

AN BRIGITTE WISCHNEWSKI  
SCHUHHAUS MEYER, LÜBBECKE



Hat sich das Kaufverhalten der **Kunden** nach Corona verändert?

Ja! Als wir unsere Geschäfte wieder öffnen durften, kamen fast nur Kunden mit tatsächlichem Bedarf. Sie waren kauffreudig und dankbar für den Service und artikulierten es auch so. Jetzt, zwei Saisons später, hat sich das Verhalten wieder der Vor-Corona-Zeit angepasst. Es gibt Looky-Looky-Kunden und Bedarfskunden, die Chancen für den Umsatz sind größer, die Erfolgsquote jedoch wieder niedriger.

Was ist für Sie die **größte** Herausforderung in der kommenden Orderrunde?

Die Beschränkung auf geringere Paarzahlen bei der Order.

Wie **bewerten** Sie ganz allgemein die derzeitige Konsumstimmung?

Die Konsumstimmung bewerte ich mit einer 4-! Die Verunsicherungen sind groß, aus den bekannten Gründen. Es wird absolut zeitnah am Bedarf gekauft.

Wo **suchen** (und finden) Sie derzeit Informationen, Inspirationen und Anregungen für die F/S-Order?

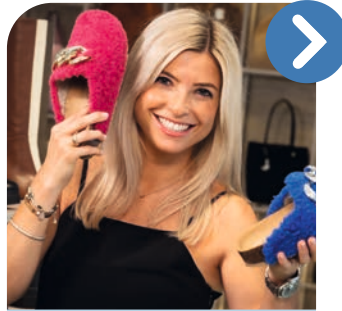
Im Trend-Webinar von Frau Indra-Heide und Frau Landowski.

Sehen Sie **Nachholbedarf** für das Thema Anlassmode wie Highheels und Party-Schuhe?

Anlassmode wurde in dieser Saison in erster Linie von den Schulabgängern und Konfirmanden gekauft. Zu privaten Anlässen wie Sommerfesten gab es leider keine großen Nachfragen. Seit Corona kann man ja überall im Jogginganzug hingehen, da bedarf es keiner Anlassschuhe. Wäre wirklich schön, wenn sich der Kleidungsstil unsere Kunden wieder ändern würde.

Spüren Sie in letzter **Zeit** eine verstärkte Nachfrage der Verbraucher nach nachhaltig hergestellten Schuhen oder spielt das Thema keine Rolle?

Selten bis nie – im Preiswertbereich gar nicht, aber da sind die meisten Schuhe ja bereits lederfrei.



**CHRISTINA WITTMANN**  
Humanic, Head of Buying

Auf welche Farbthemen fokussieren Sie sich in der kommenden Saison?

Die wichtigste Metallicfarbe im Sommer ist Gold. Dazu kommen noch die „Farben der Sonne“, insbesondere Rot, und auch kräftige Pinktöne sind nun massentauglich geworden. Dazu mischen sich auch ein wenig Grüntöne, wie Pistazie und Erbsengrün. Neutrale Farben wie Weiß und Beige werden weiterhin eine große Rolle spielen.

Welche Modethemen haben Sie für Frühjahr/Sommer 2024 besonders im Blick?

Für Frühjahr/Sommer 2024 sind insbesondere Naturmaterialien in allen Facetten und auf allen Schuhtypen angesagt. Auch sportliche Materialien, wie Neopren und Airbrush-Textil, finden vermehrt Verwendung und Denim wird ein wichtiges Thema auf allen Schuhtypen sein. Bei eleganten Schuhmodellen finden sich transparente Materialien.

Welche Schuhtypen bieten in der kommenden Saison neues Potenzial?

Der Loafer wird für die kommende Saison als Sneaker-Ersatz stark gehandelt, wobei der gute alte Sneaker, der als Knitted-Variante auch im Hochsommer getragen wird, weiterhin aktuell bleibt. Ballerinen sind der neue Upcomming Shoe auch in der Mode und Keilsabsätze bzw. Keilsandalen sind wieder sehr gefragt.

„Für Frühjahr/Sommer 2024 sind insbesondere Naturmaterialien in allen Facetten und auf allen Schuhtypen angesagt.“



**STEFANIE MÄDER**, Galli GmbH/Brunate



Wie schätzen Sie den von **Designern** propagierten Aufstieg der Highheels ein?

Grundsätzlich darf es wieder etwas höher und femininer werden. Ob die Kundin von der bequemen Phase direkt auf die Highheels umsteigt? Es gibt ja auch noch etwas dazwischen, wir empfehlen Absatzhöhen von drei oder fünf Zentimetern.

Auf welche Farbthemen **fokussieren** Sie sich in der kommenden Saison?

Nach den doch sehr farbigen und knalligen Farben der letzten beiden Sommer, darf es im FS 2024 wieder etwas ruhiger werden. Gedecktere Farben und Naturtöne spielen eine große Rolle.

Welche **Schuhtypen** bieten in der kommenden Saison neues Potenzial?

Der Ballerina hat schon in der Saison FS 2023 sein Comeback begonnen und wird dies im FS 2024 auf jeden Fall weiterführen. Ein Ballerina passt einfach immer, ob sportiv, casual oder elegant. Ob farbig oder klassisch. Ballerinas gehen immer!

Welche Themen haben in der aktuellen F/S-Saison besonders gut **funktioniert**?

Wir hören aus dem Handel, dass das etwas Angezogenere sehr gut funktioniert hat. Ballerinas, Loafer, aber auch Pumps, die zu Anlässen gesucht wurden. Große Nachfrage bestand nach Slingpumps mit kleinem Absatz.

**BEATRICE IFF**

Inhaberin von Iff Schuhkultur Kriens

Wie entwickelt sich das **Thema** der Sneaker weiter? Neu erfinden lassen sich Sneaker nicht. Jedoch werden Farben, Materialien und Sohlenarten für Abwechslung sorgen.

Welche Themen haben in der **aktuellen** F-/S-Saison besonders gut funktioniert?

Farben sind und waren sehr wichtig und gefragt. Die etwas feineren Sohlen verkauften sich sehr gut.

Wie **bewerten** Sie ganz allgemein die derzeitige Konsumstimmung?

Teilweise etwas verhalten. Jedoch dürfen wir auf treue Stammkunden zählen, welche uns als Schuhfachgeschäft und die dazu gehörenden Dienstleistungen sehr schätzen.

Spüren Sie in **letzter** Zeit eine verstärkte Nachfrage der Verbraucher nach nachhaltig hergestellten Schuhen oder spielt das Thema keine Rolle?

Bei uns ist diese Nachfrage sehr gering. Unsere Kundschaft interessiert aber vermehrt, wo unsere Lieferanten produzieren.



„Unsere Kundschaft interessiert aber vermehrt, wo unsere Lieferanten produzieren.“

**SOFTCLOX: AUFWENDIGE LEDER-VARIATIONEN**

Das Münchner Label Softclocx spielt in der neuen Kollektion mit dem Material Leder und erweckt es durch hochwertige Details zum Leben. Lässig verschlungene Bandagen, Knoten-Details und üppige Lederkonfettis versprühen gute Laune und Lässigkeit. Aufwendige Paspelierungen und umfütterte XL-Lederschnallen unterstreichen den handwerklichen Anspruch auf der Naturholzsohle. Der Hersteller biegsamer Holzschuhe zeigt seine neuen Modelle in einem ausgewogenen Mix aus Highlight-Farben, Metallic-Ledern und natürlichen Basics. Die Modellpalette reicht von Tieffußbett-Zehentrennern über Pantolletten und bequemen High Heel-Sandalen bis hin zu Western-Clogs und -Booties.

ANZEIGE

# Schuhe für deine Gesundheit.

**BESUCHEN SIE UNS:****kybun Joya Showroom**

SOC Sindelfingen - Etage 7 | Raum 02  
71065 Sindelfingen, +49 171-3 34 14 28

**kybun Joya Showroom**

SOC Breitscheid - Raum B 008  
40885 Ratingen-Breitscheid, +49 1 51-68 82 69 65

**kybun Joya Showroom**

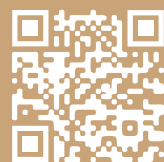
Brandboxx Salzburg - Etage 1 | Raum A211  
Moosfeldstraße 1, 5101 Bergheim, +43 664 - 385 93 89

**SHOES DÜSSELDORF**

27.-29. August 2023 | Alte Schmiedehallen | Stand B15

**MICAM MAILAND**

17.-20. September 2023 | Halle 5 | Stand L30

**SS24 KOLLEKTION**

Erleben Sie die neuen Modelle, Fashion Trends und wichtigen News rund um die Marke Joya:  
[joyashoes.swiss/collectionpreview](http://joyashoes.swiss/collectionpreview)



Joya

VELOCE M BLACK/WHITE

**DIMITRI TEPLIZKI**

*Buffalo, Head of Product Development, Sourcing and Procurement*



**Welche Trends prägen die Schuhmode im kommenden Frühjahr?**

Wir sehen auf jeden Fall Farbe wieder stark im Kommen. Weg vom Pastell-Allerlei, mehr Mut für inspirierende, positiv stimmende Farbwelten. Sandalen in bunten Farben, Sneaker in dynamischer und pulsierender Farbgebung und sommerliche Boots.

**Welche Farben, Absatzhöhen, Leistenformen und Details bestimmen den Look im der kommenden F/S-Saison?**

Der Look wird auf jeden Fall aufregend! Bei den Heels sehen wir modische Blockabsätze stark im Fokus. Entweder schlank im Profil und breit im Auftritt oder aber richtig massiv 70s inspiriert. Bei den Sneakern wird es bunt: Wir setzen auf sportive mattierte Metallics gepaart mit aufwändigem Waffle-Mesh. Unsere Sandalen sind verspielt voller sommerlicher Applikationen, oder aber Chunky mit avantgardistischen Details und modernen cleanen Oberteilen.

**Auf welche Farbthemen fokussieren Sie sich in der kommenden Saison?**

Farbe wird bei Buffalo enorm wichtig: Hervorzuheben sind Grün, Lila und Rosa.

**Welche Schuhtypen bieten in der kommenden Saison neues Potenzial?**

Ballerinas gewinnen immer mehr an Zug. Wir sehen das Thema Ballet sowohl informiert als auch alltagstauglich umgesetzt: In sommerlichem Satin für den Alltag, Karree-Loafer und spitzere Western-Formen bringen Smartness, Chunky progressiv als Mary Jane mit Casual-Sohle perfekt für die Ansprüche von Gen Z, aber immer neu und modern interpretiert: Sei es mit Satinschnürbändern um den Knöchel, Metal-Hardware oder raffinierten Cutouts.

**Welche Themen haben in der aktuellen F/S-Saison besonders gut funktioniert?**

Die Verbraucherin hat mehr Mut zur Farbe und dazu, aus der Masse herauszustechen. Bei Buffalo haben vor allem intensive Farbwelten und spannende Optiken funktioniert. Schnelldreher waren Denim, Tie-Dye, Glitter sowie Flieder als absolute Musthave-Farbe. Sneaker haben diese Saison auch weiterhin stark die Erwartungen übertroffen, dank des verlängerten Frühlings hatten wir hier enorm gute Abverkäufe bis in den Sommer rein.



**JOSEF SEIBEL SETZT AUF MODISCHEN KOMFORT**

Die Josef-Seibel-Kollektion für Frühjahr/Sommer 2024 bietet eine Vielzahl an modischen und komfortablen Optionen für Damen und Herren. Für einen jugendlichen und farbenfrohen Look sorgen die Sandalenmodelle der Serie „Hannah“. Mit Dreieriern, Kletttrienem und trendigen Farbkombinationen bieten sie höchsten Tragekomfort. Die Sandale „Alice“ präsentiert sich mit einer starken EVA-Sohle und einem lederbezogenen Fußbett in Sonnengelb oder Weiß. Eine neue Ergänzung der Kollektion ist der trendige Sneaker „Giulietta“ mit TR-Light-Sohle und Wechselfußbett. Mit raffinierten Details und verschiedenen Materialien ist er eine elegante Wahl. Das Ballerina-Modell „Josie“ überzeugt mit weichen Materialien, Polsterung und sportlichem Charme, während die City-Trekkingsandale „Brenda“ sowohl Komfort als auch modisches Design bietet. Die Kork-Keil-Sandale „Quinn“ kombiniert Höhe, Komfort und sportliche Optik. Mit verschiedenen Riemen-Optionen und harmonischen Farbkombinationen ist sie ein Klassiker. Der Sommer wird auch mit dem leichten Bootie „Marta“ in sommerlichem Canvas zum Trend. Die Herren-Kollektion umfasst unter anderem Sneaker wie „Cleve“ und „Colby“, rustikale Halbschuhe wie „Liam“ und stilvolle Sandalen wie „Hannes“ und „Dean“.



**JANNEKE SCHOUTEN**  
*Lazamani, Collection & Marketing Manager*

„Es erwarten Sie viel Farbe, ein Materialmix und besondere Details.“

**Welche Trends prägen die Schuhmode im kommenden Frühjahr?**

Für F/S 2024 haben wir viele neue Trendmaterialien verwendet: Bast, Jute, Stickereien, Häkeleien und natürlich Leder, Velours und Obermaterialien mit Perlen. Regenbogen ist definitiv ein neues Thema.

**Wie entwickelt sich das Thema der Sneaker weiter?**

Sehr gut, deshalb haben wir uns entschieden, Lazamani-Sneaker für F/S 2024 einzuführen. Es erwarten Sie viel Farbe, ein Materialmix und besondere Details.

**Auf welche Farbthemen fokussieren Sie sich in der kommenden Saison?**

Fondant Pink, Cyber Lime, Nutshell, Elemental Blue, Radiant Red, Apricot.



**LABEKA ERWEITERT ANGEBOT UM SCHUHE**



Labeka präsentiert zur kommenden Order-Saison spannende Neuzugänge in seiner Kollektion. Neben vielseitigen Taschenstyles und Kleinleder-Accessoires werden nun erstmals auch Schuhe angeboten. Dazu gehören Sneaker in Weiß mit abgesetzten Sohlen und passenden Details an Ferse und Zunge in unterschiedlichen Farbkombinationen. Zusätzlich gibt es elegante Slipper mit abgesetztem Ripsband sowie lässige Loafer in verschiedenen Designs und Farben. Die neuen Schuhe ergänzen das Sortiment perfekt und bieten stilvolle Optionen für jeden Anlass.



## 7 FRAGEN

JOHANNA FERNER UND BERND SCHNEIDER  
SABU CATEGORY MANAGEMENT



*Hat sich das **Kaufverhalten** der Kunden nach Corona verändert?*  
Uns ist aufgefallen, das gerade im Moment noch näher am Bedarf eingekauft wird. Es fehlen zum Teil immer noch die „Lustkäufe“.



*Wie **entwickelt** sich das Thema der Sneaker weiter?*

Bei Thema Sneaker gibt es im Damenbereich einige Weiterentwicklungen über neue Böden und Materialien. Die Böden sind stärker betont und haben teilweise ein Plateau. Bei den Materialien wird viel gespielt: von Farbe über Metallics bis hin zu Denim und Bast. Auch sind Cutouts zu sehen.

*Wie schätzen Sie den von **Designern** propagierten Aufstieg der Highheels ein?*  
Wir sehen dieses Thema primär anlassbezogen. Aber (noch) nicht als Alltagsrend.

*Welche Modethemen haben Sie für Frühjahr/Sommer 2024 besonders im **Blick**?*

Für die kommende Frühjahr/Sommer-Saison 2024 werden folgende Modethemen wichtig sein: Denim – von der Textilie, über die Accessoires bis hin zu den Schuhen. Genauso ist das Thema „Handcrafted“ mit Strick-, Häkel- und Macramé-Optiken für die nächste Frühjahr / Sommer-Saison im gesamten Outfit wichtig.

*Was ist für Sie die größte **Herausforderung** in der kommenden Orderrunde?*

Trotz sehr guter Umsätze in den letzten Wochen kämpft man immer noch mit einem hohen Lagerbestand speziell bei Halbschuhen/Sneakern. Deshalb ist die Herausforderung die noch vorhandene Ware mit neuer Ware zu verknüpfen, um daraus ein attraktives Angebot zu präsentieren. Hohe Abschriften auf Altware kann man sich aktuell nicht erlauben.

*Welche **Themen** haben in der aktuellen F/S-Saison besonders gut funktioniert?*

Sneaker stagnieren auf hohem Niveau, dann aber auf Grund der Witterung Pantoletten und Sandaletten. Pantoletten: Immer noch Tieffußbetten – inspiriert von Birkenstock. Flache Sandaletten sind für uns der Gewinner bei der offenen Ware. Leider ist/war da etwas zu wenig am Markt.

*Sehen Sie Nachholbedarf für das Thema **Anlassmode** wie Highheels und Party-Schuhe?*

Bei Anlassmode muss man nicht von einem tatsächlichen Nachholbedarf reden. Diese gehört einfach zum Angebot eines jeden Fachgeschäftes dazu.



### FLORIS VAN BOMMEL: „NEW GENERATION“-SNEAKER

Floris van Bommel startet mit einem besonderen Projekt in die neue Saison: Mit dem ‚New Generation‘-Sneaker realisieren Floris van Bommel, Celia Šašić, zweifache Fußball-Europameisterin und Europas Fußballerin des Jahres, und Philipp Lahm, internationale Fußball-Ikone und Gründer der Philipp Lahm-Stiftung, ein gemeinsames Charity-Projekt. Ihr Ziel ist, sich für gesellschaftliche Teilhabe und Chancengerechtigkeit einzusetzen. Parallel zum besonderen Kick-off geht die neue Kollektion Frühjahr/Sommer 2024 mit authentischer Finesse ganz Floris-like kraftvoll, ehrlich und stilsicher in die Saison. Glamourös sommerliche Leichtigkeit zeigt sich nicht nur in der ausgewogenen Farbigkeit von hellen, mitunter leuchtenden bis hin zu kräftig satten Tönen.



## DER SCHUH ZUM WOHLFÜHLEN

MODELL  
LEGANES



- AUSGEZEICHNETE PASSFORM
- SUPERBEQUEM-FUSSBETT
- OPTIMALE AUFTRITTSDÄMPFUNG
- GEEIGNET FÜR INDIVIDUELLE EINLAGEN
- GEFERTIGT IN DEUTSCHLAND

**FinnComfort Postfach  
97433 Haßfurt/Main**

**Katalog/Händler:  
www.finncomfort.de**

## OLIVER NIEBERGALL, La Strada Shoes

Welche Farben, Absatzhöhen, Leistenformen und Details bestimmen den Look in der kommenden F/S-Saison?

Ich bin mir sicher: Es bleibt bunt. Die Absatzhöhen dürfen nach wie vor angepasst sein, nicht zu hoch – da haben wir mit La Strada reagiert. Farbe wird auch in der Bekleidung wieder präsent sein, deshalb gehören eher neutrale oder weiße Schuhe nach wie vor zu den Rennern. Ob die Farben etwas sanfter werden – was ich persönlich vermute – werden wir sehen. Unsere vielseitige Kollektion bietet beides.

Wie entwickelt sich das Thema der Sneaker weiter?

Sneaker bleiben nach wie vor eine sehr wichtige Warengruppe für viele Lieferanten. Auch für uns. Sie müssen neu und anders sein, leicht und bequem und obendrauf noch preislich „stimmig“.

Welche Modethemen haben Sie für Frühjahr/Sommer 2024 besonders im Blick?

Canvas, Jeans und Bast zählen sicher zu den angesagten Themen. Wobei nach wie vor viel über Farbe passiert. Was für die eine der pastellblaue Metallic-Loafer ist, kann für die andere der lässig-sportive Sneaker mit durchbrochenem Mesh sein. Und dies zur gleichen weiten Hose oder zum selben luftig-kunterbunten Kleid – einfach sehr individuell.



**MIRIAM BODE**  
Leffers Oldenburg, Abteilungsleiterin/Einkäuferin

Wie schätzen Sie den von Designern propagierten Aufstieg der Highheels ein?

Ich sehe keinen kometenhaften Aufstieg hoher Absätze, aber wohl eine deutlich Veränderung im Look. Diese geht zwangsläufig mit der Entwicklung in der Mode einher, nämlich hin zu viel Femininität und mehr Chic. Dazu brauchen wir eben deutlich mehr Modelle mit dünnen Böden, spitze Formen oder Absätze bis maximal sechs Zentimetern. Den Komfort der Sneaker können wir bei der Kundin nur langsam „ausschleichen“ lassen.

Wo suchen (und finden) Sie derzeit Informationen, Inspirationen und Anregungen für die F/S-Order?

Die meisten Ideen kann ich gerade nur über Social Media recherchieren. Dort entstehen die „Hypes der Fashionistas“ und wir müssen das dann richtig gewichten bzw. moderat für den Standort umsetzen bei der Order. Als Startmesse für die Orderrunde nutzen wir diese Saison die Modefabrik Amsterdam.

Spüren Sie in letzter Zeit eine verstärkte Nachfrage der Verbraucher nach nachhaltig hergestellten Schuhen oder spielt das Thema keine Rolle?

Das Thema Vegan ist in unserem Departmentstore völlig unwichtig – sowohl bei Bekleidung als auch bei Schuhen. Trotzdem ist das Thema europäischer Produktion für mich wichtig bei Schuhen.



## BARBOUR RÜCKT ZEITLOSEN STIL IN DEN FOKUS

Zum Frühjahr/Sommer 2024 verbindet Barbour klassisch-elegante Schuhkollektion zeitlosen Stil mit Komfort und Funktionalität. Robuste Chukka- und Chelsea boots sowie Gummistiefel und Sneaker bieten für jeden Anlass den passenden Schuh. Die Barbour International-Schuhkollektion für Damen und Herren ist von den Wurzeln der Marke im Motorradsport inspiriert und präsentiert zum Frühjahr/Sommer 2024 trendige Styles mit lässigen Sneakern und sommerlichen Sandalen. Vielseitige Materialien wie nachhaltiges Glatt- und Veloursleder sowie strapazierfähiges Gummi sorgen für hohen Tragekomfort und Outdoor-Tauglichkeit.



**ALEXANDER LAUBERSHEIMER**  
Josef Seibel, Head of Product Management

Auf welche Farbthemen fokussieren Sie sich in der kommenden Saison?

Kräftige Farben wie Pink, Grün, Apricot, Saphir bleiben weiterhin ein wichtiges Thema. Wir werden uns jedoch auch auf die Farbthemen Berry und Petrol bei den Damen fokussieren. Bei den Herren bleiben wir unseren Naturtönen treu und verbinden diese mit abgesetzten farbigen Nähten.

Wie schätzen Sie das Thema der Herren-Business-Schuhe ein?

Die Herren-Business-Schuhe haben sich diese Saison gut abverkauft, das lag daran, dass teilweise weniger im Handel vorrätig war und die Veranstaltungen, bei denen man diese tragen kann, stattfinden. Jedoch hat man auch das Gefühl, das es wieder Anzogenener wird, bei den Herren und den Damen.

Was sehen Sie als größte Herausforderung in der kommenden Orderrunde?

Die Läger sind in verschiedenen Warengruppen noch sehr gut bestückt, das bedeutet, dass die Händler zurückhaltend einkaufen werden und teilweise nur auffüllen bzw. nur neue Dinge kaufen möchten. Dazu kommt, dass aufgrund der Insolvenzwellen auch viele Ausverkäufe stattfinden, was es dem Handel noch schwerer macht. Jedoch sehe ich auch Chancen für den Fachhandel, dass dieser durch die Insolvenzwellen Endkunden zurückgewinnen kann.

Wie wichtig ist das Thema Funktion?

Das Thema Funktion wird immer wichtiger und entscheidet oftmals, ob gekauft wird oder nicht. Die Kundenschaft wird immer älter und auch preissensibler, daher müssen die Schuhe gewisse Funktionen bieten, wie Reißverschluss, Gummizüge, herausnehmbares Fußbett, Verstellbarkeit des Schuhs, dämpfende und abrollende Sohlen usw.



## NIK JANSEN, Geschäftsführer Rexor



Hat sich das **Kaufverhalten** der Kunden nach Corona verändert?

Der Konsument ist noch unzuverlässiger als vorher. Er erwartet direkt zu bekommen, was er sich wünscht. Wir alle stehen vor der großen Herausforderung, die heutigen Konsumenten zufriedenzustellen.

Wie **entwickelt** sich das Thema der Sneaker weiter?

Der Sneaker bleibt! Wie die Jeans in der Oberbekleidung. Ich hoffe nur immer wieder auf Abwechslung bei Farben und Böden, sodass wir die Endverbraucher begeistern können.

Wie schätzen Sie den von **Designern** propagierten Aufstieg der Highheels ein?

Ich freue mich über die Rückkehr der Eleganz. Sie ist aber nur ein Teil des Angebotes.

Glauben Sie, dass **Schuhmessen** noch eine Zukunft haben?

Wir alle, Industrie und Handel, brauchen momentan Messen, um einander zu treffen, zu sprechen, Kollektionen zu sichten und um uns alle inspirieren und begeistern zu lassen.



### CAMEL ACTIVE PRÄSENTIERT VIELSEITIGE TRENDS FÜR SPRING/SUMMER 2024

Die kommende Camel active-Kollektion „Change Makers“ für Spring/Summer 2024 ist die perfekte Antwort auf wechselhaftes Wetter und steigendes Nachhaltigkeitsbewusstsein. Sie bietet Lösungen für die Herausforderungen des Alltags, egal ob in den Bergen oder im Büro.

**Die Hauptthemen der Kollektion für Frauen und Männer sind:**

**Sandalen:** Vor allem Trekking-Sandalen mit praktischem Klettverschluss, die sowohl bei Wanderungen als auch in der Stadt an warmen Sommerabenden getragen werden können.

**Mokassins & Slipper:** Klassische Mokassins mit weichen Sohlen und ohne Absatz sind bequem, praktisch und perfekt für den Sommer. Weiße Sohlen und futterlose Macharten verleihen ihnen einen frischen Look. Espadrilles, Sabots, Slipper aus Veloursleder und Ballerinas zum Hineinschlüpfen ergänzen das Sortiment.

**Sneaker:** Sneaker sind ein unverzichtbares Element jeder Kollektion. Für Spring/Summer 2024 setzt camel active auf Mesh-Leder-Kombinationen, gewaschene Knitted Optiken sowie Veloursleder und Nubukleder für einen robusten Look. 30 Prozent der Sohlen bestehen aus recyceltem Material und die Schnürsenkel aus Organic Cotton.

**Boots:** Knöchelhohe, futterlose Boots aus weichem Veloursleder und leichten TR-Sohlen sind die perfekte Wahl für die Übergangszeit. Die robuste Optik mit Worker-Einflüssen verleiht ihnen ihren charakteristischen Look.



„Espadrilles, Sabots, Slipper aus Veloursleder und Ballerinas zum Hineinschlüpfen ergänzen das Sortiment.“



**Ganter**  
natürlich gehen



leichter Gehen  
länger Gehen  
entlastet Rücken  
und Gelenke



[www.agr-ev.de](http://www.agr-ev.de)

**GANTER PERFORMANCE**

**BESUCHEN SIE UNS!**  
SHOES Alte Schmiedehalle B10  
MICAM Halle 5 E29 - F30

## DETLEF W. STICHLING Geschäftsführer Prime Shoes



Wie schätzen Sie das **Thema** der Herren-Business-Schuhe ein?

Bei uns läuft der Bereich Business sehr rund. Vermutlich hängt dies mit einem gut funktionierenden Lager-service zusammen. Montag bestellt – Mittwoch im Laden. Wer will da noch das Risiko der Vororder tragen?

Auf welche **Farbthemen** fokussieren Sie sich in der kommenden Saison?

Es sind bei Männern die immer gleichen Farbthemen: Cognac, Braun und Schwarz/Grau. Selbst Blau spielt im Businessbereich nur eine sehr untergeordnete Rolle.

Wie **wichtig** sind Preislagen beim Endverbraucher? Muss der Herrenschuh unter 100 Euro kosten?

Selbst der letzte Konsument sollte bemerkt haben, dass man für unter 100 Euro keine wertigen Schuhe bekommt. Hier sind alle gefragt, Aufklärung zu betreiben: Einzelhandel und Industrie. Wie heißt es so schön: Ich habe kein Geld für billige Schuhe. Denn Nachhaltigkeit hat vor allem mit Reparaturmöglichkeiten zu tun. Die entfällt beim Billigschuh. (Sofern es überhaupt noch Schuhmacher gibt, die es können.)

**Glauben** Sie, dass Schuhmessen noch eine Zukunft haben?

Von dem Thema Messen haben wir uns mit Corona verabschiedet. Die Gelder setzen wir anders ein. Es gilt für viele Branchen: Die Besucher sparen sich die Reisekosten, und Neueröffnungen und damit Neukunden gibt es kaum noch. Wir versorgen unsere Kunden mit einem reisenden Außendienst und drei ständigen Showrooms in Deutschland. Das klappt ganz gut.

Wie **beurteilen** Sie die derzeitige Insolvenzwelle vor allem bei größeren Ketten im Schuhhandel?

Der Schuhhandel setzt schon seit Jahrzehnten auf immer die gleichen Marken, definiert sich meist über günstige Preise und hat – bis auf wenige Ausnahmen – kaum Kompetenz beim Konsumenten. Anders als der Textilhandel ist er selten offen für neue Marken. Das merkt der Konsument und deckt seine Wünsche woanders. Hinzu kommt, dass Schuhhandel ein sehr kapitalintensives Geschäft ist. Da wundert man sich nicht.

„Ein Highlight der Frühjahr-/Sommer-2024-Kollektion ist die Wiedergeburt des ikonischen Hurricane Sneakers.“



## SEBAGO: STATEMENT FÜR QUALITÄT, STIL UND KOMFORT

Sebago, die bekannte Schuhmarke, die seit über einem halben Jahrhundert den Markt begeistert, steht für Qualität, Stil und Komfort. Gegründet im Jahr 1946 in Maine, New England, ist Sebago für seine zeitlosen und preppy Designs bekannt. Jede Kollektion überzeugt mit edlen Klassikern und innovativen Ideen.

Die Marke verkörpert authentisch die East Coast Prepyness und reagiert flexibel auf die Trends der Modebranche. Jede Saison präsentiert Sebago neue Designs, die aktuelle Farben, Materialien und Muster verkörpern. Die Schuhe von Sebago sind in den Hamptons Teil der Ivy League Uniform und erfreuen sich generell großer Beliebtheit.

Ein Highlight der Frühjahr-/Sommer-2024-Kollektion ist die Wiedergeburt des ikonischen Hurricane Sneakers.

Nach drei Jahrzehnten wird dieser Retro-Segelschuh neu aufgelegt und besticht durch sein getrommeltes Vollnarbenleder, fließende Linien, weiches Velourleder an Zehen- und Fersenkappe, eine Mesh-Zunge und ein besonderes Sebago-Logo mit aufgedruckter US-Flagge. Der Schuh bietet ein herausnehmbares, anatomisch geformtes Fußbett, eine Cup-Sohle, rutschhemmendes Profil und flache Baumwoll-Schnürsenkel.



## RICOSTA UND PEPINO: ENERGIE TRIFFT FUNKTION

Die Frühjahr-Sommer-Kollektion von Ricosta und Pepino setzt auf Energie und Funktion. Neue Features lassen die Kollektion lebendig wirken und sorgen für viel Komfort und Sicherheit. Mit der Protec-Gruppe schützt Ricosta die kleinen Kinderzehen mit verstärkter abriebfester Zehenkappe. Die Flexx-Gruppe bietet flexible Halbschuhe mit innovativer, biegsamer Sohle und reflektierenden Folien für mehr Sicherheit. Pepino Splashy und Ricosta Swash präsentieren teilweise waschbare und vegane Modelle in spritzigen Farben. Mit einem besonders starken Größengang von 23-33 bietet Swash eine breite Range für große und kleine Füße. Splashy deckt mit der flexiblen Naturkautschuksohle die Minis von 18-26 ab. Mit Blumen- und Tier-Applikationen sowie neuen Effektmaterialien aus echtem Leder und verspielten Schmuckelementen sorgt die Gruppe Samba für echtes Copacabana-Feeling.



Trend



## ANDREAS SCHALLER, Geschäftsführer Lloyd Shoes

### Wie **sportiv** bleibt die Mode?

Die Sportivität wird weiterhin gegeben sein. Wir glauben zu erkennen, dass das zu erwartende Abflauen der marktbeherrschenden Sneakermarken jetzt massiv einsetzt. Der Premium-Konsument beginnt sich von der Uniformität abzusetzen und sucht Alternativen. Diese greifen wir vielfältig auf und sind uns sicher, sowohl bei Damen- als auch bei Herrenschuhen die richtigen Antworten gefunden zu haben.

### Welche **Modethemen** haben Sie für Frühjahr/Sommer 2024 besonders im Blick?

In der kommenden Frühjahr/Sommer-Saison werden wir uns, neben den für Lloyd bekannten Herrenschuhthemen, deutlich stärker den Saisonthemen zuwenden. Damit werden wir die „Sommerlücke“ schließen, die bei Herrenschuhen in den heißen Monaten oft zu spüren ist. Bei den Damenschuhen arbeiten wir konsequent an der Fortführung der Erfolgs-

story der letzten Saisons und bringen viele neue Themen, die nicht nur auf Erfolgserien aufbauen, sondern auch neue Akzente setzen.

### Wie **wichtig** sind Preislagen beim Endverbraucher? Muss der Herrenschuh unter 100 Euro kosten?

Es wäre fatal, diese seit mehr als drei Jahrzehnten definierte Preisgrenze weiter zu festigen. Es MUSS uns gelingen die Wertschätzung für unser Produkt wieder zu steigern. Schuhe sind das einzige Produkt, welches ich kenne, bei dem von Seiten der Anbieter keine Preisentwicklungsstrategie verfolgt wird! Nur in unserer Branche ist das Ziel der Preisrücknahme (was eine Preishaltestrategie insbesondere in Zeiten von hoher Inflation nun mal ist) eine Art Branchen-DNA. Als Ergebnis dieses Tuns steckt die gesamte Branche in einer kostenbedingten Krise. Eine weitere Zementierung dieser Einstellung wird die Branche vor noch viel größere Probleme stellen. Selbstverständlich wird die weitere Preisentwicklung kein Selbstläufer sein und erfordert neue Konzepte und Strategien – aber sie ist alternativlos, dessen bin ich mir sicher!



### Wie schätzen Sie das Thema der Herren-Business-Schuhe ein?

Wir gehen weiterhin davon aus, dass das Thema Formal-Schuh (der Begriff Business grenzt nach meiner Auffassung zu sehr ein) auch zur Herbst/Winter-Saison eine hohe Bedeutung haben wird. Der Nachholbedarf ist noch nicht abgeschlossen und, nach allem was wahrzunehmen ist, wird im zweiten Halbjahr das Thema Anlass wieder deutlich zulegen.

Der Alicante W Red – ein Hingucker aus hochwertigem Veloursleder



ANZEIGE

## Brandneue Sandalenmodelle, luftige Sneaker und trendige Farben

### Joya-Kollektion Frühjahr/Sommer 2024

**Brandneue Sandalenmodelle, luftige Sneaker und trendige Farben, das zeichnet die neue Frühling/Sommer-Kollektion 2024 aus. In neuen Farben präsentieren sich unter anderem der Maui für Damen oder der Moscow, nun mit Reißverschluss für Herren. Ein kräftiges Rot, sattes Schwarz und sommerliche Beigetöne inspirieren diese Kollektion.** Das Bestseller Modell Veloce präsentiert sich für Damen sowie für Herren in neuen Colorways. Der sportliche Sneaker auf der zweifarbigen, stark profilierten ACTIVE-Sohle kommt für Damen in den Farbkombinationen Schwarz/Weiß, Light Beige und als Carry-Over in Blue. Das Hightech-Mesh sorgt für optimale Atmungsaktivität. Besseren Schutz bieten die Synthetik-Parts auf Zehenkappe und Ferse. Auch für Herren ist der Veloce in drei Farben (Black/Beige, Dark Blue und Light Grey) erhältlich.

Ein leichter Pantoffel für Damen, mit Kreuzbandage auf der SENSO-Sohle für Füße mit besonderen Ansprüchen: der Alicante W Red. Das Soft-Touch-Veloursleder des Ober-schuhs ist ausgesprochen weich, durch das Futter aus atmungsaktiver Microfaser wird ein angenehmes Tragegefühl geboten und Schwitzen vermieden. Die OrthoLite\*-Hygienesohle des Alicante ist herausnehmbar und kann in der Waschmaschine gewaschen werden. Durch den breiten Klettverschluss ist die Weite stufenlos regulierbar. Das Modell ist in Velours Red und Velours Black erhältlich.

Neu in der Kollektion, als Nachfolger des Klassikers Bruno, ist der sommerliche Sneaker Oliver. Auf der Senso-Sohle mit rutschfesten Einsätzen läuft es sich besonders angenehm und sicher. Die Derbyschnürung bietet optimalen Einstieg und individuelle Regulierung der Weite, der innenliegende Reißverschluss vereinfacht das An- und Ausziehen.

Alle weiteren Highlights der kommenden Joya Frühling/Sommer-2024-Kollektion finden Sie unter:

[www.kybunjoya.swiss/pages/collectionpreview](http://www.kybunjoya.swiss/pages/collectionpreview)

DER OLIVER M BEIGE -  
MIT BREITEM FUßBETT FÜR  
IDEALE DRUCKVERTEILUNG





### **FRITZ KÜRMAJR** Geschäftsführer Kürmayr Schuh

#### Welche **Trends** prägen die Schuhmode im kommenden Frühjahr?

Highlights und Trends aus dieser Saison für die kommende abzuleiten ist besonders schwierig, da sich trotz absolut zufriedenstellender Umsätze keine Schuhtypen besonders hervorgetan haben.

#### Welche **Schuhtypen** bieten in der kommenden Saison neues Potenzial?

Pumps und Slings – feinere Ware – sind nach dem Hype 2022 eher hinter den Erwartungen geblieben. Offene Ware war generell durch den noch immer nicht eingetroffenen „echten Sommer“ schwierig. High-Heels sind sicher keine Umsatzbringer.

#### Glauben Sie, dass **Schuhmessen** noch eine Zukunft haben?

Ja, weil ohne Messen hat die Branche keine Zukunft! Es würde alles im öden Einheitsbrei oder tatsächlich in Online-Portalen landen – das wäre der endgültige Tod des individuellen Schuhhandels.

#### Wo suchen (und finden) Sie derzeit **Informationen, Inspirationen und Anregungen** für die F/S-Order?

Wichtigstes Informationsportal sind neben Austausch zwischen den Kollegen, Zeitschriften und Mode-Vorträgen noch immer internationale Messen.

#### Sehen Sie **Nachholbedarf** für das Thema **Anlass-Mode wie Highheels und Party-Schuhe**?

Nein, das schien 2022 so, ist aber heuer deutlich flacher.

#### **Spüren** Sie in letzter Zeit eine **verstärkte Nachfrage der Verbraucher nach nachhaltig hergestellten Schuhen** oder spielt das Thema **keine Rolle**?

Nicht keine, aber kaum eine.

### **RALF GROSSMANN** Geschäftsführer Gerli – Dockers / Camel Active

#### Wie wichtig ist das Thema **Funktion**?

Funktion am Schuh wird immer wichtiger. Der Schuh muss sozusagen eine „Extra Add-On“ haben, um bessere Abverkäufe zu erreichen.

#### Wie bewerten Sie ganz allgemein die **derzeitige Konsumstimmung**?

Das Konsumverhalten hat sich drastisch verschlechtert und es herrscht eine allgemeine Kaufzurückhaltung. Ursachen hierfür sind der Ukraine-Krieg, die Inflation mit gestiegenen Preisen, aber auch die Verunsicherung der Bürger durch die Wärmepumpen-Diskussion.

#### Wie wichtig sind **Preislagen beim Endverbraucher? Muss der Herrenschuh unter 100 Euro kosten?**

Wir haben die Feststellung gemacht, dass Schuhe unter 100 Euro sich deutlich schneller verkaufen als über 100 Euro. Es gibt zudem ein großes Vakuum bei Markenschuhen unter 100 Euro. Neben Dockers bei Camel Active eine große Range an Schuhen von 79,95 bis 99,95 Euro in der kommenden Saison an. Das wurde auf der Messe am Gardasee von unseren Kunden sehr wohlwollend aufgenommen.

#### Welche **Themen** haben in der aktuellen F/S-Saison besonders gut funktioniert?

Bei Dockers eindeutig die Barfuß-Schuhe, superleichte bequeme Schuhe, die einen hohen Tragekomfort bieten.



„Wir haben die Feststellung gemacht, dass Schuhe unter 100 Euro sich deutlich schneller verkaufen als über 100 Euro.“

## **MUCK BOOTS LEGT JUBILÄUMSMODELLE NEU AUF**

Die Original Muck Boot Company feiert 2024 ihr 25-jähriges Bestehen. Dafür werden ausgesuchte Modelle, welche nachweislich zur Markengründung beigetragen haben, in neuen innovativen Materialien neuaufgelegt. Dazu gehört der originale Chore-Stiefel, der anlässlich des Jubiläums mit einem neuen Logo und in einer grünen Auflage mit reflektierenden silbernen Details versehen wurde. Ein atmungsaktives Mesh-Futter und eine vierfache Gummiverstärkung im Fersenbereich schützen den Fuß, während die schnell reinigende Gummilaufohle Strapazierfähigkeit und Traktion auf glatten Oberflächen bietet. Mit dem Muckster Lite Ankle und dem Kids Muckster Lite Clog modernisiert Muck seine Muckster-Kollektion für die Garten- und Hofarbeit.



Die einteiligen Muckster Lite-Silhouetten bestehen aus einem hochleistungsfähigen, leichten und umweltfreundlichen Schaumstoff namens Bio Lite, der extrem strapazierfähig, leicht zu reinigen und hervorragenden Halt und Komfort für ganztägiges Tragen bietet. Zusätzlich stellt Muck für das Frühjahr den Kids Muckster Lite Clog vor, entwickelt für Kinder, die Matsch lieben. Wie sein Gegenstück für Erwachsene sind die Kinderclogs aus Bio-Lite-Schaumstoff, sie lassen sich leicht an- und ausziehen, sind einfach zu reinigen und in strahlenden, lebhaften Farben erhältlich.



## FLORIAN WERNER

### Geschäftsführer Werner Schuhe



#### Welche Trends prägen die Schuhmode im kommenden Frühjahr?

Wir haben für uns das Thema „crafted“ entdeckt: Häkel-/Webelemente bzw. ganze Schäfte. Besonderheit bei Werner 1911: Auch sämtliche Textilmaterialien sind aus Naturfasern.

#### Welche Farben bestimmen den Look im der kommenden F/S-Saison?

Bei uns generell Naturtöne, neu ergänzt durch ein zartes Hellblau und schmeichelndes Flieder.

#### Wie entwickelt sich das Thema der Sneaker weiter?

Sneaker sind nach wie vor wichtig für uns. Neben super-soften Modellen mit biegsamer Naturkautschuksohle sehen wir auch stark „Tech-Runner“ mit Mesh-Einsätzen.

#### Wie sportiv bleibt die Mode?

Casual ist einfach bequem und wird bleiben. Umgesetzt in wertigen Naturledern ist man dann aber trotzdem gepflegt angezogen.

#### Welche Trends prägen die Herren-Schuhmode im kommenden Frühjahr?

Wertig puristische Sandalen/Pantoletten, sowie ebenfalls Sneaker in edleren Ausführungen und auch Tech-Sneaker.

#### Glauben Sie, dass Schuhmessen noch eine Zukunft haben?

Ja durchaus. Wobei wir uns auch auf nachhaltig ausgerichteten Modenmesse-Konzepten (Neonyt und Innatex) gut aufgehoben fühlen.

#### Wie beurteilen Sie die derzeitige Insolvenzwelle vor allem bei größeren Ketten im Schuhhandel?

Tragisch und im gezeigten Ausmaß erschütternd.



## JÜRGEN CÖLSCH, Geschäftsführer Caprice

#### Auf welche Farbthemen fokussieren Sie sich in der kommenden Saison?

Mit pastelligen Noten und lebendigen Farbnuancen ist die neue Caprice-Kollektion Frühjahr/Sommer 2024 dezent und ausdrucksstark zugleich.

#### Welche Modethemen haben Sie für Frühjahr/Sommer 2024 besonders im Blick?

Im Sommer 2024 feiern Ballerinas ihr wohlverdientes Fashion-Comeback. In spitzem, rundem oder karreeförmigem Look haben sie einiges zu bieten. Sandaletten, Pantoletten und Slingpumps zeigen sich im neuen Glanz. Slipper bestechen durch glamouröse, subtile Schmuckdetails wie Perlen oder Steine. Sandalen bekommen ein neues Aussehen, wenn sie zum Beispiel mit feinen Flechtriemen ausgestattet sind. Auch der Absatz erlebt in der Kollektion ein modisches Up-Grade: Vom asymmetrischen Blockabsatz bis hin zum feinen Queeny-Absatz oder Kitten-Heel.

#### Wie wichtig ist das Thema Funktion?

Die Themen „Funktion“ und „Mehrwert“ sind für uns extrem wichtig. Eleganz lässt sich bei Caprice immer mit höchstem Komfort kombinieren dank innovativer Technologien wie Climotion, Airmotion und Memotion. Fußbettsandalen bleiben ebenso von großer Bedeutung in der neuen Kollektion.

„Neben Naturtönen setzen Perleffekte Akzente, als tonale Looks oder auch in kraftvollen Kombinationen. Alle Farbthemen werden mit weichen, natürlichen Ledern von Ziegenvelours über Glattleder bis hin zu weichen Metallic-Ledern, dargestellt.“



## HASSIA: HANDWERK UND EDLES DESIGN

Hassia kombiniert Mode mit Komfort. Im Frühjahr/Sommer 2024 setzt der österreichische Schuhhersteller auf klassische und feminine Styles. Weiche Ballerinas und leichte Loafer sind die komfortable Empfehlung zwischen edlen Sneaker-Modellen und neuer Galanterie. Lust auf Sommer machen luftige Slingpumps und gelenkoffene Styles. Für mehr Glamour und Eleganz sorgen Pumps aus edlen Ziegenvelours oder glänzenden Metallicledern.

Farbe ist im Trend. Leuchtendes Fuchsia, helle Blautöne, Koralle und ein frisches Grün gehören zu den Favoriten. Neben Naturtönen setzen Perleffekte Akzente, als tonale Looks oder auch in kraftvollen Kombinationen. Alle Farbthemen werden mit weichen, natürlichen Ledern von Ziegenvelours über Glattleder bis hin zu weichen Metallic-Ledern dargestellt. Neue Frische bringen hochwertige Stretch-Materialien mit 3D-Prägung in den Trendfarben Orange und Fuchsia.

Funktion steht bei Hassia immer im Fokus: Die Sohlen sind leicht. Der Auftritt ist weich. Materialien sind soft und gepolstert. Stretch-Materialien und Funktionsschnitte, bis hin zu speziellen Halluxschnitten, passen sich auch sensiblen Füßen perfekt an. Neue V-Schnitte auf Pumps und Ballerinas garantieren eine hohe Passformqualität. Alle Hassia-Schuhe sind mit Wechselfußbetten ausgestattet. Gelenkoffene Themen und Slings in Komfortweiten haben eine weiche Fußunterstützung.

## MARTIN SCHNEIDER

### Director GMS Verbund

#### Welche **Trends** prägen die Schuhmode im kommenden Frühjahr?

Es wird deutlich angezogener und feiner. Die Looks sind cleaner. Monochrome und tonale Optiken dominieren. Farblich sehen wir eine gewisse Beruhigung. Pastellige Töne und Neutralfarben werden wichtig, auch im Business-Bereich. Helligkeit und Leichtigkeit auch in der Herrenmode. Anzüge werden wieder schmaler.

#### Welche **Schuhtypen** bieten in der kommenden Saison neues Potenzial?


Es gibt auf jeden Fall mehr als Sneaker und Fußbett-Pantoletten. Loafer laufen weiter. Wir glauben an ein Comeback von Ballerinas – sowohl in klassischen als auch in sportlichen Ausführungen. Espadrilles erleben ebenfalls ein Revival. Im femininen Bereich sehen wir tragbare nicht zu hohe Sandaletten mit Metallic-Riemchen und Blockabsätzen. Textile Materialien setzen neue Akzente. Wir denken da vor allem an Jeans. Denim von Kopf bis Fuß! Das ist trendy.

#### Wie bewerten Sie ganz allgemein die derzeitige **Konsumstimmung**?

Durch Corona, den Ukraine-Krieg und die hohe Inflation befinden sich die Verbraucher derzeit im Dauerkrisenmodus. Daraus ist eine hohe Verunsicherung entstanden – trotz Rekordbeschäftigung und staatlicher Maßnahmen wie die Energiepreisbremse. Die Konsumstimmung ist derzeit – vorsichtig gesagt – auf einem schwachen Niveau. Wir gehen davon aus, dass dies noch eine gewisse Zeit so bleiben wird.

#### Wo suchen (und finden) Sie derzeit Informationen, Inspirationen und Anregungen für die F/S-Order?

Die Trendberichterstattung in den Fachzeitschriften dient uns als Vorbereitung der Messebesuche. Wir empfehlen unseren Händlern den Blick über den Tellerrand zu werfen, also über die Schuhorder-Veranstaltungen hinaus den Blick für Mode, Accessoires und allgemeine Lifestyle-Trends im Auge zu behalten



Wie beurteilen Sie die derzeitige Insolvenzwelle vor allem bei größeren Ketten im Schuhhandel?

Wir sind nicht überrascht von den Schwierigkeiten der größeren Ketten. Der Schuhhandel leidet ohnehin unter geringen Margen. Große Filialisten weisen häufig eine hohe Personalaufwandsquote auf und zahlen hohe Mieten. Sinken nun die Umsätze aufgrund der Konsumentenzurückhaltung, entstehen sehr schnell Verluste.

## BERKEMANN SETZT AUF „MODERN COMFORT“

Eine Vielzahl unterschiedlicher Komfort-Features wie weiche Polsterungen, praktische Verschlusslösungen, feine Leder, Wechselfußbett-Modelle, die sich ideal für den Einsatz individueller Einlagen eignen, oder partielle Stretcheinsätze zur Linderung von Druck- und Scheuerbeschwerden, gepaart mit zeitgemäßem Design, bestimmen auch zur kommenden Frühjahr/Sommer-Saison 2024 den Esprit der neuen Komfortschuh-Kollektion von Berkemann. Neu im Sortiment: Eine neue Sohlenform aus der Berkemann Berkoflex-Linie mit Wechselfußbett. Innovativ gemacht kommt diese Form funktional und trendy als sportlich gestylte Slides und Sandalen federleicht und ultraflexibel in cleanem Look daher. Weitere sommerliche Sandalen und Pantoletten mit Tief- oder Wechselfußbett, lässige Clogs, bequeme Halbschuhe und trendige Komfort-Sneaker mit gestrickten Schäften vervollständigen die Kollektion.



## GANTER SETZT AUF TERRACARE-LEDER

Ganter-Schuhe mit Leichtlauf-Technologie sind auch in der kommenden Frühjahr-/Sommer-Saison echte Performanceschuhe. Das flüssige Abrollen von der Ferse bis zu den Zehen erlaubt mit weniger Kraftaufwand oder länger zu gehen. Neben natürlichem Merinoloden setzt Ganter als Materialhighlight achtsam produziertes Terracare-Leder ein. Die Farbpalette reicht von erdigen, pastelligen Tönen bis hin zur kräftigen Farben, wie Fuchsia, Orange, Kobaltblau oder Grün. Akzente setzen Metallics, als Kombi oder All-Over. Viele Schnürmodelle sind mit Elastiksenkeln ausgestattet für ein leichtes Rein- und Rauschlüpfen. Alle Modelle haben die gewohnte Ausstattung in den Weiten E bis L, mit anatomischer Fußbettung, Naturmaterialien und einzigartiger Vier-Punktsohle für das besondere Ganter-Geh-Fühl.



## JOSEF RENNER, Geschäftsführer Richter

#### Auf welche Farbthemen fokussieren Sie sich in der kommenden Saison?

Richter fokussiert sich in der kommenden Saison auf eine der beliebtesten Farbpaletten: Shades of Pink. Hierbei handelt es sich um eine wunderschöne Auswahl an Rosa- und Pastelltönen. Die sanften Farben lassen sich hervorragend miteinander kombinieren, doch auch Kontraste sind wichtig, weshalb All White mit kräftigen und Pastelltönen auch in der Kollektion angeboten wird. Nicht nur Pink ist angesagt, auch natürliche Töne wie Grün und Braun sind ebenfalls im Trend und erleben eine Renaissance. Eine weitere Farbpalette, die diese Entwicklung perfekt widerspiegelt, ist Shades of Blue.



#### Was sehen Sie als größte Herausforderung in der kommenden Orderrunde?

Die Lagerbestände sind im FS23 höher als zum Vorjahr und Einkaufs-Limits werden akribisch geplant werden. Es hat sich aber auch das Einkaufsverhalten der Konsumenten aufgrund der gestiegenen Kosten geändert und es wird verstärkt auf Preislagen geschaut.



## MICHAEL WEYERGANS

### Brandmanager Ganter und Hassia



#### Wie zukunftssträftig sind Komfortschuhabteilungen bei Vollsortimentern?

Komfort und diverse Funktion-Features gehören heute dazu und sehen wir heute als selbstverständlich zum allgemeinen Angebot. Von daher hat das unbedingt Zukunft. Die Bedürfnisse der Kundinnen nach richtig passenden Schuhen werden nicht weniger. Entweder wird das in einer gesonderten Abteilung dargestellt oder es kann je nach Geschäft auch in der allgemeinen Abteilung mit integriert werden. Viele Händler aus den Niederlanden leben das bereits perfekt vor, wo Mode und Komfort selbstverständlich nebeneinander bedient und verkauft werden.

#### Wird der Komfortschuh ‚jünger‘ oder werden Komfortschuhträger jünger?

Beides ist hier richtig. Menschen mit Anspruch an Komfortschuhe sind heute mobiler und in einer anderen Konstitution als früher. Weiterhin sind sie moderner, aufgeklärter und reisefreudiger und haben somit den informierten Anspruch genauso „fesch“ unterwegs zu sein. Auch ist das Bewusstsein heute ein anderes. Viele möchten sich nicht mehr quälen und es gibt heute ja durchaus ein modisches Komfortschuhangebot, um diese Ansprüche zu bedienen.



## MICHAEL NEUNER

### Geschäftsführer Vital

#### Wie wichtig ist das Thema **Funktion**?

In unserem Bereich Komfort und Wellness ist Funktion immer das zentrale Thema. Ob bei Sohlen oder Fußbettungen, wir entwickeln stets weiter, um neue, bessere oder optisch trendigere Produkte anbieten zu können.

#### Mit welchen **Preiserhöhungen** rechnen Sie zur kommenden F/S-Saison 2024?

Wir werden trotz gestiegener Kosten unsere Preislagen beibehalten und sogar zusätzlich Varianten in günstigeren Einstiegspreislagen anbieten.

#### Wie **zukunftssträftig** sind Komfortschuhabteilungen bei Vollsortimentern?

Auch bei Vollsortimentern ist das Thema Komfort nicht wegzudenken und eine wichtige Ergänzung. Gerade in Europa haben wir in der Alterspyramide einen Anteil der Gruppe 40 Jahre und älter von etwa 57 Prozent – dort ist Komfort wichtig und zudem verfügt diese Gruppe wohl auch über das höchste verfügbare Einkommen bzw. Vermögen.

#### Sehen Sie einen **Trend** zu reinen Komfortschuhgeschäften?

Es gibt immer mehr Händler, die sich intensiv mit diesem Thema beschäftigen. Von einem Trend würde ich aber noch nicht sprechen.

#### Wird der Komfortschuh ‚jünger‘ oder werden Komfortschuhträger jünger?

Es wird wohl beides sein. Aber in erster Linie sind wir heute mit 60 oder auch 70 noch nicht alt wie früher oder fühlen uns zumindest jünger. Und dieser Konsument erwartet auch einen jüngeren Komfortschuh. Der Trend, zu jedem Anlass und Zweck irgendeine Sneaker zu tragen, nimmt heute auch dem Komfortschuh Umsätze weg. Auf Dauer werden diese Kunden aber wieder zurückkehren, weil sie dann wieder eine gute Fußbettung brauchen.

#### Glauben Sie, dass Schuhmessen noch eine Zukunft haben?

Unbedingt ja! Die Frage ist nur wann, wo und welche Inhalte werden geboten. Die Branche benötigt doch unbedingt einen „Raum“, um sich auszutauschen, Neues zu entdecken, Inspirationen zu bekommen. Dabei geht es natürlich um Ware, aber auch Inszenierungsideen für das eigene Geschäft, Vorträge zu wichtigen Themen oder auch um die Möglichkeit des Handels, sich mit den Industriepartnern auf einem anderen Level auszutauschen. Das halte ich für beide Seiten als unabdingbar.

#### Wie entwickelt sich das Thema der Sneaker weiter?

Wir sehen Sneaker wieder stärker in den Fokus gerückt! Auch glauben wir an ein Comeback der Modelle mit Schalensohle.

#### Welche Schuhtypen bieten in der kommenden Saison neues Potenzial?

Zum einen sommerliche Ware, die nicht die typische Sandale ist wie zum Beispiel Slings und gelenkoffene Typen. Das hat den Vorteil des längeren Tragezeitraumes und ist für die Kundinnen wieder ein frisches Thema. Zum zweiten neue lässige und modische Ballerinen oder Car-Shoe-Interpretationen. Die können von der Kundin getragen werden, die keinen Sneaker mehr tragen möchte, oder diejenige, die durch „Versneakersierung“ der letzten Jahre keine Schuhe mit Absatz mehr tragen können. Das sind also neue Kaufanreize.



## WERNER MOHR

### Geschäftsführer Jomos



#### Wie zukunftssträftig sind Komfortschuhabteilungen bei Vollsortimentern?

Nach unserer Erfahrung sind Komfortschuhe bei Vollsortimentern sehr wichtig. Wir stellen fest, dass der Anteil an Menschen mit Problemfüßen, die auf der Suche nach gut passenden Schuhen sind, zunimmt. Aus diesem Grund sollten auch Vollsortimenter den Komfortschuhbereich pflegen.

#### Sehen Sie einen Trend zu reinen Komfortschuhgeschäften?

Den sehen wir, da es viele Verbraucher gibt, die eine breite Auswahl an Komfortschuhen und ein hohes Service- und Beratungsniveau wünschen und diesen Service auch sehr dankbar annehmen.

#### Wird der Komfortschuh ‚jünger‘ oder werden Komfortschuhträger jünger?

Beides. Wir stellen einen Trend fest, dass der Mensch, der Komfortschuhe benötigt, jünger wird und dadurch gleichzeitig frischere Modelle erwartet.

#### Wie wichtig ist das Thema **Funktion**?

Sehr wichtig. Zum Beispiel sind bei uns Schnürhalbschuhe mit Reißverschluss und Klettslipper mit Wechselfußbett in den Komfortweiten H und K bei Herren bis zur Größe 53 und bei Damen bis Größe 44 ein starkes Segment.

## CAPRICE: FEMININE RAFFINESSE

Im Sommer 2024 zeigen sich Sandaletten, Pantoletten und Slingpumps im neuen Glanz und begeistern mit glitzernden Schleifen und aufregenden Strasskombinationen. Slipper bestechen durch ihre glamourösen, subtilen Schmuckdetails wie Perlen oder Steine und bringen Persönlichkeit zum Ausdruck. Sandalen bekommen ein neues Aussehen, wenn sie zum Beispiel mit kunstvollen und feinen Flechtriemen ausgestattet sind. Auch der Absatz erlebt in der Kollektion ein modisches Up-Grade: Vom asymmetrischen Blockabsatz bis hin zum feinen Queeny-Absatz oder Kitten-Heel. Die stilvollen Formen- und Höhen-Varianten sind nicht nur eine optische Bereicherung, sondern bringen auch einen gewissen Grad an Komfort und Bequemlichkeit mit sich.

Ballerinas feiern ihr wohlverdientes Fashion-Comeback. Im klassischen Stil, verspielt oder mit sportiven Böden setzen sie mit ihrer grazilen Ausstrahlung unterschiedliche Akzente. In spitzem, rundem oder karreeförmigem Look haben sie einiges zu bieten.



## LEGERO: LEICHTIGKEIT FÜR DAS GANZE JAHR

Legero präsentiert zum Frühjahr und Sommer 2024 eine Kollektion, die darauf abzielt, den Kunden ein Gefühl der Leichtigkeit zu vermitteln, unabhängig von der Jahreszeit. Schuhe sollen nicht nur modisch, sondern auch vielseitig einsetzbar sein. Umweltverträglichkeit ist ebenfalls eine wichtige Voraussetzung. Die neue Kollektion umfasst unter anderem Canvas-Modelle in neutralen Tönen sowie Rosé und Mint, die den Füßen schmeicheln. Mit Silber- und Gold-Details verleiht Legero jedem Auftritt den nötigen Glanz. Fließende Stoffe im Seide- und Satin-Look garantieren ein angenehmes Tragegefühl.



**SYLVIA KLEMENS,**  
Waldläufer,  
Entwicklung/  
Vertrieb

**Wird der *Komfortschuh* ‚jünger‘ oder werden Komfortschuhträger jünger?**

Beides können wir bei Waldläufer zu 100 Prozent mit „Ja“ beantworten. Unsere Kunden erwarten von uns moderne, junge und auch freche alterslose Schuhe. Was ist das Gegenteil eines Komfortschuhs? Vielleicht ein unbequemer Schuh, der nicht komfortabel ist? Daher erwartet und wünscht sich auch ein jüngerer Mensch komfortable Schuhe, also Komfortschuhe.

**Glauben Sie, dass *Schuhmessen* noch eine Zukunft haben?**

Absolut. Die Micam und die Riva-Messe waren die letzten Male wieder sehr erfolgreich und wir wünschen uns alle eine internationale Messe am Standort Deutschland zurück. Die Branche muss zusammenrücken und in einem engen Austausch auf internationaler Ebene sein.

**Wie wichtig ist das Thema *Funktion*?**

Funktion, wie Elastiks, Klettverschlüsse und Zipper sind für einen tollen Tragekomfort und gute Abverkäufe, Retourenquoten etc. extrem wichtig.

**Welche *Trends* prägen die Schuhmode im kommenden Frühjahr?**

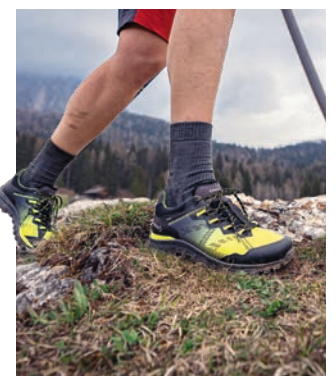
Federleichte EVA-Sohlen für sportive flexible Schuhtypen im Herren- und im Damenbereich. Neue Naturformsilhouetten im sportiven Halbschuhbereich mit „Massagefußbetten“ sind eine tolle Alternative zu Barfußschuhen. Sneaker mit Strass für Glamour im Alltag und/oder auf der Party. Witzige freche und wilde Farbkombinationen und All-Over-Farbe – vom Schaft bis zur Sohle – sind wichtig. Neue Sandalen und Sneaker mit Multi-Colour-Prints, auch gerne in veganer Version.



„Neue Naturformsilhouetten im sportiven Halbschuhbereich mit „Massagefußbetten“ sind eine tolle Alternative zu Barfußschuhen.“

## AKU: LEICHTIGKEIT UND PRÄZISION AUF DEM TRAIL

Die italienischen Outdoorschuhspezialisten von AKU präsentieren zum Frühjahr/Sommer 2024 eine breite Range an neuen Wander- und Fast Hiking-Modellen, die durch Leichtigkeit, Präzision und Grip für mehr Spaß auf dem Trail sorgen. Dazu gibt es neue Versionen beliebter Klassiker und gelungene Farbupdates. Die Modelle der neuen Frühjahr-/Sommer-Kollektion 2024 beschreiben ideal, was der Traditionsmarke AKU wichtig ist: allen Menschen die optimalen Schuhe für ihre Outdoor-Leidenschaft zu bieten. Deshalb sind die Wandermodelle auf hohen Komfort, gute Passform und Leichtigkeit getrimmt. Das gilt auch für die neuen Fast Hiking-Schuhe, die das Sortiment perfekt ergänzen. Zusätzlich präsentieren die Italiener neue Versionen bestehender Klassiker und spannende Farbupdates in den Produktkategorien Trekking, Zustieg, Multiterrain und den besonders verantwortungsbewusst produzierten Mountain-Inspired Styles.





## LOWA: TRADITION MEETS DESIGN UND INNOVATION

Das Bergwandern hat sich längst zu einer beliebten Trendsportart entwickelt, die nicht nur von älteren Wandernern, sondern auch von der jüngeren Generation begeistert aufgenommen wird. In diesem Zusammenhang präsentiert Lowa für die kommenden Frühjahr-/Sommer-Saison unter anderem die neuen Modelle Randir GTX MID und Randir GTX MID Ws, eine moderne Neuinterpretation klassischer Trekkingchuhe. Die Schuhe verfügen über eine gedämpfte Zwischensohle, die für ein angenehmes Abrollverhalten sorgt und einen spoilerartig gestalteten Kragen, was ihnen ein unkonventionelles und sportliches Design verleiht.

Der Schaft besteht aus Spaltleder und Textil und ist mit einer Gore-Tex-Membran ausgestattet, die für Trockenheit und Atmungsaktivität sorgt. Die Zwei-Zonen-Schnürung inklusive Klemmhaken und X-Lacing Light bietet hohen Tragekomfort.

Die Vibram-Cornerstone-Laufsohle mit ausgeprägter Absatzkante und definierter Profilausrichtung gewährleistet hervorragenden Grip in jedem Gelände. Eine robuste PU-Folie an Ferse und Fußspitze rundet das Gesamtkonzept ab.



## SUPERFIT: PHANTASIEVOLLES DESIGN TRIFFT OUTDOOR-BOOM

In der neuen superfit-Kollektion für Frühjahr/Sommer 2024 dreht sich alles um das Thema Jahrmarkt – dazu gehört spielerisches Design mit farbenfrohen Akzenten. Funktionale Details greifen im Mix mit natürlichen Farben den anhaltenden Outdoor-Boom auf, der die Entdeckungslust kleiner Abenteurer optimal unterstützt. Der Fantasie sind keine Grenzen gesetzt: Digitale Pastelltöne, Regenbogenfarben und angesagte, zweifarbige Effekte fördern Neugierde und Kreativität und machen Lust auf spannende Unternehmungen. Kindgerechte Leisten sorgen für die perfekte Passform.

*Mit verschiedenen Modellen und Designs bietet die Kollektion Stil und Komfort für jeden Anlass. Dazu gehören die Gruppen:*

**MELODY:** Modische Sneaker in fröhlich-bunten Farben für Mädchen.

**COSMO:** Trendige Freizeitsneaker für Jungen mit dynamischem Design.

**STELLA:** Feminine Sneaker und Ballerinas in frischen Farben.

**FREERIDE:** Outdoor-Sneaker mit praktischem Verschluss und wasserdichter Membran.

**PEBBLES:** Komfortable Sandalen für Outdooraktivitäten.

**CRISS-CROSS:** Robuste Outdoor-Sandalen in knalligen Farben.

**SPARKLE:** Strahlende Sandalen mit femininem Design und modischem Materialmix.

**MINI ME:** Partnerlooks für Mütter und Töchter in verschiedenen Ausführungen.

## FRANK RENDEZ Geschäftsführer Anna und Paul



*Wie hat sich der Kinderschuhmarkt Ihrer Ansicht nach in den letzten zwei Jahren entwickelt?*

Nachhaltigkeit wird immer mehr zum großen Thema und damit liegt „Anna und Paul“ mit seinen Eco-Krabbel- und Lauflernschuhen voll im Trend.

*Welches sind die wichtigsten Vertriebskanäle für Ihre Produkte?*

Die wichtigsten Vertriebskanäle sind der stationäre Handel und der Online-shop [www.annaundpaul.de](http://www.annaundpaul.de).

*Sind die Online-Fußmessangebote für Kinder ausreichend oder müsste Ihrer Meinung nach eine Fußmessung im Geschäft erfolgen?*

Ja, in unserem Onlineshop bieten wir perfekte Größenschablonen an.

*Welche Features sind bei Kinderschuhen unverzichtbar?*

Weichmacherfreie, softe Gummisohlen, chromfreies und pflanzlich gegerbtes Leder. Die Schuhe müssen weich und leicht sein und ein Barfußgefühl vermitteln.



## „Kinder- schuhkauf ist Bedarfskauf“



## VESSELA CARRILLO Legero United, Leitung Business Unit Superfit

*Wie gewichten Sie die Anteiligkeit von offenen und geschlossenen Kinderschuhen? Hat sich dies – ähnlich wie bei den Schuhen für Damen – verschoben?*

Im Lauflernbereich sind die Anteile zwischen geschlossener und offener Ware relativ stabil. Bei den Kleinkindern ist Superfit weiterhin sehr stark im Sandalenbereich: Wir beobachten im Markt generell eine Verschiebung hin zum Sneaker – besonders bei Jungs.

*Inflation, Lieferproblematik, Ukraine-Krieg – wie wirkt sich das auf das Orderverhalten Ihrer Kunden aus?*

Der Klimawandel, die Pandemie, die belastende Kriegssituation in der Ukraine und die damit einhergehende aktuelle Energiekrise sind Parameter, die uns alle betreffen. Aktuelle Studien bestätigen, dass sich die Kauflust aktuell aufgrund der Inflation einbremst. Kinderschuhkauf ist aber Bedarfskauf: Der Kinderschuhmarkt ist daher weniger als andere Branchen betroffen. Beim Kinderschuhkauf treffen Verbraucher ihre Schuhwahl nach wie vor nach perfekter Passform und Qualität.

*Werden Kinderschuhe in Zukunft vermehrt online gekauft?*

Aktuelle Studien zeigen, dass sich das Wachstum des Onlinehandels beim Schuhkauf 2022 eingebremst hat. Der Anteil des Onlinehandels am gesamten Schuhumsatz liegt derzeit bei zirka 20 Prozent. Für Kinderschuhe ist eine fachgerechte Fußvermessung fundamental, um eine perfekte Passform zu gewährleisten. Digitale Fußmessangebote sind wichtiger Service für Konsumenten, die Kinderschuhe online beziehen. Eine umfassende Fußmessung durch geschultes Personal im Fachhandel sollten sie allerdings nicht dauerhaft ersetzen. Der stationäre Fachhandel hat für uns daher nach wie vor oberste Priorität und ist unser primärer Vertriebskanal.



# MODELLE **LEGERO**

## >> SPRINTER

Ein sportiver Sommersneaker in sportlicher Linienführung mit modischen Textilien und Velours-Details. Angenehmes Tragegefühl sichern die wattierte Textilizunge, das weiche Innenfutter und die Schuhbänder aus recyceltem Material.



## >> ELLA

Die neue Sandale mit stilvoller Silhouette im modischem Schaftdesign aus trendigem Leder ist mit einem weichen Fußbett ausgestattet.

## >> BLISS

Neuer Sneaker mit einer extrem leichten Sohle im modernen Look und einem extra weiten und besonders bequemen Vorfußbereich.



## >> BLISS

Den Bliss gibt es auch mit Gore-Tex-Ausstattung, die bei feuchtem Wetter zusätzlich für ein optimales Fußklima sorgt.



## >> SUNWALKER

Die moderne Plateau-Sandale aus leichtem PU verfügt über ein besonders weiches, angenehmes Fußbett.



## >> TANARO

Sneaker mit robuster, aber sehr leichter und flexibler Sohle und atmungsaktivem Innenfutter.



## >> SIRIS

Klettverschlüsse bieten bei dieser Sandale in moderner Materialkombination aus Neopren und Velours maximale Verstellmöglichkeiten.

# MODELLE JOSEF SEIBEL

# SHOEZ » SCHAU

## » CLEVE

Sneaker in supersoftem Leder mit modischer Silhouette, San-Crispino-Naht und TR-Sohle mit Lederbezug – der Inbegriff für das perfekte Zusammenspiel von Mode und Schuhmacherhandwerk.



## » BRENDAN

Diese City-Trekkingsandale mit leichter Rubflex-Sohle und extrem weichem Auftritt bringt die Herren soft und sicher durch sommerliche Städtetrips und leichtes Terrain.



## » CAMERON

Modischer Herren-Sneaker aus Leder-Textil-Mix mit aufwändiger Schnürung und ultraleichter EVA-Sohle mit TR-Lauffläche.



## » HERMINE

100 Prozent Made in Germany! Die zeitlose Kork-Tief Fußbettsandale wird in der Josef Seibel-Schuhfabrik im heimischen Hauenstein hergestellt.



## GIULIETTA <<

Trendiger Sneaker mit TR-Light-Sohle und Wechselfußbett. Komfort, der elegant überzeugt.



## » HANNAH

Sportive Sommersandale mit praktischem Klettverschluss in trendigem Bicolor und PU-Korkfußbett mit typischer Seibel-Handnaht.



## RONJA <<

Mit geschlossenem Zehenbereich hat die wandelbare neue Sommersandale das Potenzial für tausendundeine Styling-Idee.



# MODELLE BERKEMANN

## »» FEDORA

*Komfort-Klassiker von Berkemann – mit zwei breiten Klettverschlüssen, die die Handhabung erleichtern, und Wechselfußbett.*



## »» FLORE

*Tieffußbett mit softgepolsterter Innensohle. Drei Klettverschlüsse sorgen für eine ideale Passform.*



## »» SENTA

*Mit drei praktischen Klettverschlüssen, Wechselfußbett und Handnaht – Casual Comfort von Berkemann.*



## »» AMANDA

*Modern Clog: mit trendy Sohle, Wechselfußbett und perforiertem Leder-Upper.*

## »» RODENA

*Neue Sohlenform von Berkemann: Extra-leicht und superflexibel mit Wechselfußbett.*



## »» VIGGA

*Komfort-Sneaker mit partiellem Stretcheinsatz und Wechselfußbett.*



## »» NIKI

*ComfortKnit von Berkemann: Komfortschuhe in sportiver Optik mit gestrickten Schäften und Wechselfußbett.*

# MODELLE FISCHER

# SHOEZ » SCHAU

## » MARCO

Trendige Herren-Pantolette mit raffinierter Kreuzbandage in Material-Kombi und leichter PU-Sohle. Das gepolsterte Lederfußbett gewährleistet ein besonders angenehmes Tragegefühl.



## » SEPP

Mit dieser attraktiven Herren-Pantolette knüpft Fischer an sein bewährtes Erfolgsmodell an. Der praktische Klettverschluss setzt die dekorativen Riemen modisch in Szene. Das gepolsterte Lederfußbett sorgt für Komfort.



## » JESSICA

Mit dieser neuen Form startet Fischer in die kommende Frühjahr- und Sommersaison. Das hochwertige Obermaterial und die Lederdecksohle unterstreichen den modischen Charakter.



## » JESSICA

Eine sportliche Damen-Pantolette mit attraktiven Schnallen für maximalen Komfort. Ein angenehmes Tragegefühl sichert das gepolsterte Lederfußbett.



## » BOOGY

Feiner Mädchen-Ballerina mit kontrastfarbener, abrieb- und rutschhemmender PVC-Sohle. Das Denim-Upper und der Klettverschluss unterstreichen den modischen Look.



## » FLEXI

Modisch-leichter Kinderhausschuh aus luftdurchlässigem, sommerlichem Material. Highlight ist der gleichzeitig praktische und dekorative Tierkopf-Klettverschluss.

## » BOOGY

Aus reiner Baumwolle per Digital-Print bedruckt, präsentiert sich dieser trendige Hausschuh für Kids mit einer leichten, flexiblen PVC-Sohle.





## MODELLEHASSIA



» CAPRI  
Für Glamour und Eleganz sorgt dieser Pumps aus glänzendem Metallleder.



» NAPOLI  
Leichter Loafer mit edler Spange in sommerlichem Koralle-Ton.



» PORTO  
Edler Sneaker mit Reißverschluss in sommerlichem Fuchsia.



» ROMA  
Feiner Absatz-Loafer in frischem Grün mit Stretch-Einsatz für den bequemen Einstieg.

## MODELLEHARTJES



» BOOGIE  
Die trendige Schalensohle der Boogie-Modelle ist nicht nur extrem leicht, sondern auch elastisch und flexibel. Integriert ist die bewährte Hartjes-Abroll-Linie.



GOA «  
Die neue, leichte Modellgruppe GOA begeistert mit Gummisohle mit Luftkammern und integrierter Abroll-Linie.



» GOA  
Eine Sohlenkonstruktion mit flexiblen Luftkammern überzeugt auf Schritt und Tritt durch geringes Gewicht und einzigartiges Dämpfungspotenzial.

## MODELLELOWA



### » CAREZZA GTX LO

Cooler Low-Cut-Modell für Kids: Beim Carezza GTX LO JR sorgen dämpfende sowie stützende Eigenschaften dafür, dass der Spielspaß kaum ein Ende findet.



### » INNOVO GTX MID

Neuer Meilenstein im Hiking-Bereich: Der multifunktionale Hiking-Schuh Innoovo GTX Mid, auch als Innoovo GTX Mid ws erhältlich, ist Multifunktionsschuh, Leichtwanderschuh und Trekking-Schuh in einem.

# SHOEZ

## » SCHAU

## MODELLGARMONT



### » DRAGONTAIL TECH GEO

Gleiche Leistung, geringere Umweltbelastung: Um dies zu erreichen, wurde der Schuh in seine einzelnen Komponenten zerlegt, um für jede einzelne eine umweltfreundlichere Alternative im Vergleich zu seinem Vorgänger, dem Dragontail Tech, zu finden. Das Ergebnis ist der DRAGONTAIL TECH GEO. Er senkt den CO<sub>2</sub>-Ausstoß um 28,8 Prozent im Vergleich zum Vorgängermodell.

## MODELLINUIKII

### ORGANIC SHAPE <<

Die monochrome Farbigkeit bei Upper und Sohle unterstreicht die auffällige Form dieses ultra-coolen Sabots, der ein trendiges Statement setzt.



## MODELLSOFTINOS

### » LÄSSIG & BEQUEM

Sportliche Pantoflette mit modisch angesagter Sohle in Kontrastfarbe und lässigem Appeal.

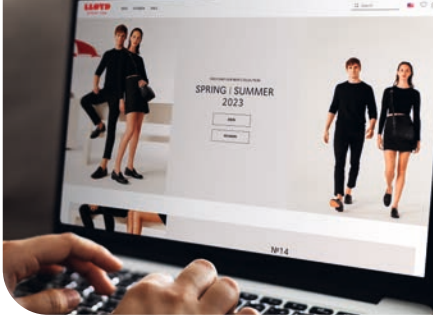
## MODELLWOLKENWERK

### CLOG <<

Clog aus bedrucktem Nappaleder mit Metallapplikation. Stufenlos verstellbarer Klettverschluss am Rist, anatomisch geformtes Lederfußbett, flexible Laufsohle, Komfortweite G.







## LLOYD startet World Shop

Die Schuhmarke Lloyd forciert die Internationalisierung ihres Geschäfts über den Ausbau des eigenen E-Shops. Mit der Lancierung eines neuen World Shops bietet die Marke ab sofort ihre Produkte nicht nur in den Märkten der Europäischen Union, sondern auch in 37 weiteren Ländern an. Dazu gehören beispielsweise Australien, China, Indien, Israel, Japan, Kanada, Mexiko, Peru, Saudi-Arabien, Türkei, die USA und die Vereinigten Arabischen Emirate. Mit der strategischen Internationalisierung innerhalb eines Jahres ist lloyd.com nun in insgesamt 63 Ländern online und lieferfähig. Der World Shop beinhaltet eine länderspezifische Begrüßung, Preisangaben in der Landeswährung sowie Zahlungsabwicklung und Check-outs in der jeweiligen Sprache.

## HOOIJER WIRD CROCS-VERTRIEBSPARTNER



Randolf Friedel (links), Head of Sales DACH, und Sales Manager Florian Spengler

Das niederländische Familienunternehmen Hooijer Footwear Group wird ab dem 1. August Vertriebspartner der US-Schuhmarke Crocs für Deutschland, Österreich und die Benelux-Länder. Hooijer werde eng mit dem bestehenden Crocs-Vertriebsteam in diesen Regionen zusammenarbeiten. Geleitet wird das

Hooijer-Vertriebsteam von Randolph Friedel. „Das niederländische Familienunternehmen bringt eine umfangreiche Expertise aus der Schuhbranche für diese Länder mit und wird den Verkauf von Crocs unterstützen“, teilte Hooijer mit. Hierzu gehört eine permanente Präsenz in verschiedenen Schuhordercentern in Deutschland. Die ersten Showrooms werden in Hannover und München eröffnet, weitere Standorte sollen bald folgen.

## COATS ERÖFFNET SCHUH-DIVISION

Einer der weltweit führenden Hersteller von Industriegarnen, die britische Coats Group Plc, hat nach der Übernahme von Texon und Rhenoflex im Jahr 2022 eine neue Schuh-Division gegründet. Nach einer Phase der Integration hat die Gruppe die Division Coats Footwear ins Leben gerufen. Insgesamt bietet Coats Footwear mehr als 450 verschiedene Produkte an. Das Sortiment deckt eine große Bandbreite an Materialien und Komponenten ab, die für die Herstellung von Schuhen benötigt werden: von Strukturbauteilen über Obermaterialien bis hin zu Einlegesohlen und Fäden. Zu den Marken, die von dem Anbieter erhältlich sind, gehören Nylbond, CoatsKnit, EcoVerde, Powerflex, ProWeave, Rhenoprint, Cyclea, Vogue und Verde.

## NIKE KÄMPFT WEITER MIT HOHEN LAGERBESTÄNDEN

Das Ende der Corona-Beschränkungen in China hat dem weltweit führenden Sportartikelkonzern Nike auf die Sprünge geholfen. Der Sportgigant meldete für das vierte Quartal seines Geschäftsjahres (März bis Mai) einen Umsatz von 12,8 Milliarden US-Dollar, ein Plus von 5 Prozent im Vergleich zu 2022. Nike kämpft weiter mit hohen Lagerbeständen. Da der Sportartikelhersteller die überschüssige Ware nur mit hohen Rabatten losschlagen konnte, sank der Gewinn im vierten Geschäftsquartal um 28 Prozent auf 1,03 Milliarden US-Dollar. Mit 8,45 Milliarden Dollar lag der Lagerbestand von Nike Ende Mai um 400 Millionen unter dem Niveau von Ende März. Im neuen Geschäftsjahr will Nike die Rabatte zurückfahren. Mittlerweile macht Nike 47 Prozent seiner Umsätze über die eigenen Kanäle. Während der D2C-Umsatz um 15 Prozent auf 5,5 Milliarden US-Dollar stieg, reduzierte sich der Umsatz im Großhandel im vierten Quartal um zwei Prozent auf 6,7 Milliarden US-Dollar. Im Gesamtjahr betrug der Umsatz 51,2 Milliarden US-Dollar, ein Anstieg von 10 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Der Jahresüberschuss betrug 5,1 Milliarden US-Dollar, ein Rückgang um 16 Prozent.

## ECCO steigert UMSATZ deutlich

Der in Dänemark ansässige Schuhkonzern Ecco meldet für das Jahr 2022 einen Umsatzanstieg von 30 Prozent gegenüber dem Vorjahr auf 1,586 Milliarden Euro, die Gewinne lagen jedoch „deutlich unter dem Niveau vor der Pandemie“. Während die Nettoumsätze des Großhandelskanals im Jahresvergleich lediglich um 4,5 Prozent auf 601,5 Millionen Euro stiegen, legten die Einzelhandelsumsätze (einschließlich E-Commerce) im Jahresvergleich deutlich um 63,5 Prozent auf 880,4 Millionen Euro zu. Das Schuhsegment, das den Großteil des Umsatzes des Unternehmens ausmacht, verzeichnete 2022 einen Nettoumsatz von 1,42 Milliarden Euro, ein Plus von 32,7 Prozent, das Accessoires-Segment wuchs 80,1 Prozent auf 57,5 Millionen Euro. Der Leder-Umsatz sank hingegen leicht um 0,6 Prozent auf 103,8 Millionen Euro.

Das Unternehmen sieht das Ergebnis für 2022 als „nicht zufriedenstellend“ an, da die Erträge deutlich unter denen der Vor-Corona-Jahre lagen. Im vergangenen Jahr belief sich der Gewinn von Ecco auf 48,6 Millionen Euro und lag damit deutlich über dem Gewinn von 13,5 Millionen Euro im Vorjahr, aber weit unter den 147,6 Millionen Euro bzw. 148,9 Millionen Euro in den Jahren 2019 und 2018. Vor allem die hohen Frachtraten hätten das Ergebnis im vergangenen Jahr erheblich beeinflusst, so das Unternehmen. Weiter anhaltende Störungen in der globalen Lieferkette im Jahr 2022 hätten die Produktion beeinträchtigt und zu „mangelnder Stabilität bei der pünktlichen Lieferung“ an die Kunden geführt. Um pünktliche Lieferungen im Jahr 2023 sicherzustellen, wurde beschlossen, den Lageraufbau zu erhöhen und die Produktion voranzutreiben. Dies wirkte sich negativ auf das Nettoumlaufvermögen und den operativen Cashflow aus. Auch Covid-19 hatte im Jahr 2022 noch erhebliche Auswirkungen auf das Geschäft. Vor allem in Asien, wo der Vertriebs- und Einzelhandelsbetrieb von Ecco in China über weite Teile des Jahres 2022 mehrere vorübergehende Schließungen erlebte. Für 2023 geht Ecco davon aus, das Umsatzwachstum fortzusetzen und die Rentabilität weiter zu verbessern.



## Weltbild übernimmt Barfußschuh-Spezialisten EOD

Zum 1. Juli 2023 hat die Weltbild D2C Group den Freiburger Barfußschuh-Spezialisten EOD GmbH mit der Barfußschuhmarke Groundies übernommen. Der Schuhhersteller und -händler hatte am 30. März einen Insolvenzantrag gestellt. Zuletzt erwirtschaftete das Unternehmen rund 20 Millionen Euro Umsatz pro Jahr.

„Der Megatrend hin zu mehr Gesundheit, Nachhaltigkeit und sinnhafter Mode ist einer der großen gesellschaftlichen Trends“, so Christian Sailer, CEO der Holding Weltbild D2C Group. „Das junge Unternehmen EOD Groundies hat einzigartige und innovative Produkte entwickelt, die perfekt zu unserem Portfolio passen.“ Groundies stellt Barfußschuhe aus nachhaltigen, teils veganen Materialien her. Der Geschäftsbetrieb der Barfußschuhmarke wird künftig unter dem Dach der Weltbild D2C Group mit mehr als zehn Millionen Kunden weitergeführt. Während der neue Besitzer den Online-Vertrieb weiter ausbauen möchte, werden die Stores in Freiburg, Heidelberg, Köln, Düsseldorf, Leipzig und Wien geschlossen. „Wir verfolgen eine Wachstumsstrategie im E-Commerce“, so Christian Sailer. Insolvenzverwalter Dr. Dirk Pehl und sein Kollege Dr. Jürgen Erbe hatten den Geschäftsbetrieb des Barfußschuh-Spezialisten EOD nach dem Insolvenzantrag Ende März 2023 in vollem Umfang weitergeführt.

### Über EOD

Goetz Herzog gründete EOD im Jahr 2007. 2018 bezog das Multichannel-Unternehmen einen neuen Hauptsitz in Freiburg im Breisgau. EOD entwickelt und vertreibt Barfußschuhe der Marke Groundies in 194 Ländern über einen eigenen Online-Shop oder Shopping-Plattformen. EOD erwirtschaftet einen Umsatz von rund 20 Millionen Euro.



### Über die Weltbild D2C Group

Die Weltbild D2C Group mit ihren Marken Weltbild, teNeues, Kinderwelt tausendkind, Paul Valentine, Gärtner Pötschke, Orbisana, Jokers, bücher.de, D2C digital und D2C ReCommerce ist einer der größten Multikanal-Händler im Bereich von Media- und Non-Media-Produkten in der DACH-Region. Die Marke Weltbild fungiert dabei als Multikanal-Anbieter (Katalog, Online, stationäre Geschäfte und Social Media) und ermöglicht Shop-in-shop-Strategien für eigene Marken sowie Marken von Kooperationspartnern mit komplementären Sortimenten. Der Umsatz betrug 2020 mehr als 500 Millionen Euro.

## NEUE BESITZER FÜR CLERGERIE UND HESCHUNG

Die beiden bekanntesten Schuhmarken der insolventen French Legacy Group (FLG) haben neue Besitzer und wurden damit vor der Liquidation bewahrt. Titan Footwear, eine Tochtergesellschaft des amerikanischen Schuhkonzerns Titan Industries, hat Clergerie übernommen, Heschung geht an die Holdinggesellschaft PPL Finance. Die French Legacy Group war am 29. März unter Konkursverwaltung gestellt worden. Joe Ouaknine, CEO und Gründer von Titan, bestätigte die Clergerie-Übernahme und teilte mit, dass das Unternehmen 59 der 134 Mitarbeiter behalten wolle. Titan zahlt 700.000 Euro für den Kauf von Clergerie und hat eine Investitionszusage von sechs Millionen Euro gegeben. Clergerie wurde 1981 von Robert Clergerie gegründet und fertigt Schuhe in einer eigenen Fabrik in der Schuhmacherstadt Romans-sur-Isère. Laut Joe Ouaknine will Titan Industries die Fabrik in Frankreich behalten. Die Produktion soll von bisher 1500 Paar Schuhen pro Woche auf 500 Paar gesenkt werden. Ein erheblicher Teil der Produktion wird vermutlich verlagert. Der amerikanische Konzern verfügt über Partnerfabriken in Indien, Marokko und China. Auch einige der 13 eigenen Clergerie-Geschäfte sollen geschlossen werden. Beim elsässischen Schuhhersteller Heschung übernimmt der neue Investor die gesamte Belegschaft von 65 Personen, die Fabrik und neun Boutiquen. Heschung war 1934 von Eugène Heschung gegründet worden und produziert vollständig in Frankreich. Die Marke Avril Gau wurde Ende Juni liquidiert, für die Marke Violet Tomas wird noch ein möglicher Käufer gesucht.

### ÜBER MARC O'POLO

Marc O'Polo wurde 1967 in Stockholm gegründet und ist seit 38 Jahren am Standort Stephanskirchen vertreten. Ende der 90er Jahre wurde die Unternehmenszentrale hierher verlegt. Seit Beginn der 2000er Jahre wird der Marc O'Polo Campus an der Hofgartenstraße kontinuierlich ausgebaut.



### MARC O'POLO ERÖFFNET HOUSE OF PRODUCT

Nach rund anderthalbjähriger Bauzeit hat der Modeanbieter Marc O'Polo an seinem Stammsitz in Stephanskirchen ein 2500 Quadratmeter großes House of Product eröffnet. Das dreigeschossige Bürogebäude bietet rund 150 Mitarbeitern Platz. Das Gebäude mit innovativen Arbeitsplatzkonzepten, einer im skandinavischen Stil gehaltenen Lounge inmitten lichtdurchfluteter Architektur ist das neue Herzstück auf dem Campus von Marc

O'Polo. Ganz im Sinne der Unternehmensphilosophie liegt ein großer Fokus auf dem Thema Nachhaltigkeit. Alle Abteilungen rund um Design und Produktentwicklung finden im House of Product ihr neues Zuhause für die zentrale Bündelung von Kompetenzen und verkürzte Abstimmungswege. „Statt traditioneller Aufteilung in einzelne Produktdisziplinen führt das innovative Raumkonzept des House of Product Talente aus verschiedenen Bereichen der Produktentstehung zusammen“, fasst CEO Maximilian Böck zusammen.



## DEERBERG MELDET INSOLVENZ AN

Der Multichannel-Händler Deerberg GmbH hat einen Antrag auf Eröffnung des Insolvenzverfahrens beim Amtsgericht Uelzen gestellt. Das Gericht hat dem Antrag am 20. Juni 2023 entsprochen und den Restrukturierungsexperten Friedrich von Kaltenborn-Stachau aus der Kanzlei BRL zum vorläufigen Insolvenzverwalter bestellt. Die Deerberg GmbH mit Sitz im Herzen der Lüneburger Heide ist eine Direct-to-Consumer Brand für nachhaltige Damenmode in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Die inflationsbedingte generelle Konsumzurückhaltung und die weiteren Folgen des Ukraine-Krieges hätten die gesamte Marktlage für Fashion Brands im Multi-Channel-Vertrieb mit Schwerpunkt Distanzhandel erschwert, so das Unternehmen über die Gründe für die Insolvenz. Hiervon sei auch Deerberg betroffen. Erst 2020 hatte das Unternehmen eine Umstrukturierung erfolgreich abgeschlossen. Die Deerberg GmbH beschäftigt rund 270 Mitarbeiter. Die Löhne und Gehälter seien für die kommenden Monate gesichert. Das Geschäft der Deerberg GmbH laufe wie gehabt weiter, sämtliche Filialen seien geöffnet und auch online könne weiter Ware bestellt werden. Deerberg ist bereits mit verschiedenen potenziellen Investoren in Kontakt. Dazu erklärt der vorläufige Insolvenzverwalter Rechtsanwalt Friedrich von Kaltenborn-Stachau: „Der vorinsolvenzlich eingeleitete Investorenprozess soll fortgesetzt werden. Gemeinsam mit der Deerberg-Geschäftsleitung bemühe ich mich um eine zügige Lösung zur Sanierung des Traditionsunternehmens Deerberg.“

### ÜBER DEERBERG

Deerberg wurde 1986 von Stefan Deerberg gegründet, der sich Ende 2020 aus dem operativen Geschäft zurückgezogen hat. Das Unternehmen mit Sitz im niedersächsischen Velgen hat einen Fokus auf nachhaltige Kleidung, Schuhe und Heimtextilien. Neben dem Online-Geschäft gibt es stationäre Läden am Firmensitz Velgen, in Oldenburg, Köln, Hannover, Münster und Nürnberg sowie Outlets in Flensburg und Büsum.

## DODENHOF UND ZUMNORDE KOOPERIEREN

Zwei traditionsreiche Familienunternehmen gehen eine neue Partnerschaft ein: Das Münsteraner Schuhhaus Zumnorde wird zum Frühjahr 2024 an beiden Dodenhof-Standorten den Schuhbereich übernehmen. „Mit dem Schuhspezialisten Zumnorde und seiner hohen Marken- und Eigenmarkenkompetenz werden wir den Schuhbereich bei Dodenhof zukünftig noch profilierter und differenzierter aufstellen können“, erklärt Geschäftsführer Ralph Dodenhof. Ihn freue vor allem, dass er sich mit den Verantwortlichen auf eine sehr langfristige kooperative Zusammenarbeit verständigen konnte, die auch die Themen Marketing, Visual Marketing, Outfitlooks und E-Commerce beinhaltet soll. Am Stammsitz in Posthausen übernimmt Zumnorde eine Verkaufsfläche von rund 1800 Quadratmetern, in Kaltenkirchen von knapp 200 Quadratmetern – inklusive Ladenbau, Inventar und Ware. Und auch sämtliche Mitarbeiter aus diesem Bereich gehen zu Zumnorde über. Die Zusammenarbeit betreffe ausschließlich die Damen- und Herrenschuhe, Kinderschuhe bleiben ein Kompetenzfeld der eigenen Dodenhof-KinderWelt.

## Schuhmarkt: **NACHHOLEFFEKTE** ebben ab

Der Schuhmarkt in Deutschland hat 2022 ein Volumen von rund 9,2 Milliarden Euro erreicht. Zu diesem Ergebnis kommt der neue „Branchenfokus Schuhe 2023“ des IFH Köln in Zusammenarbeit mit der BBE Handelsberatung. Während der Schuhmarkt im Coronajahr 2020 rund 15 Prozent an Umsatz einbüßte, konnte 2022 ein Plus von 10,3 Prozent verzeichnet werden. Das vorpandemische Niveau von 9,9 Milliarden Euro wird laut der Prognose 2023 jedoch (noch) nicht erreicht werden.

Vor der Pandemie zeigte sich der Schuhmarkt als stabile Branche mit geringen Wachstumsschwankungen. Durch Coronapandemie und die einhergehenden Einschränkungen wurde der Markt aufgewühlt, konnte sich allerdings in den Folgejahren 2021 und insbesondere 2022 weitestgehend erholen. Durch das Wiedereinsetzen des sozialen Lebens außerhalb des Zuhauses stieg die Anzahl der Anlässe, zu welchen neue Schuhe gekauft werden. Mittlerweile flachen diese Nachholeffekte ab, sodass sich das Marktwachstum laut den Experten wieder verlangsamt. 2025 könnte laut ersten Prognosen das vorpandemische Marktvolumen von 9,9 Milliarden Euro überschritten werden.

Der Gesamtmarkt Schuhe unterteilt sich in mehrere Warengruppen, bei denen Damenschuhe und sonstige Segmente (unter anderem Hausschuhe und Kunststoffsandalen) mit jeweils rund 30 Prozent den größten Anteil ausmachen, gefolgt von Sportschuhen (25,1 Prozent) und Herrenschuhen (12,5 Prozent). Dabei lässt sich der durch Corona verstärkte Athleisure-Trend, bei dem Sportschuhe als Alltagsschuhe getragen werden, deutlich erkennen: Die Warengruppe der Sportschuhe ist die Einzige, die im Betrachtungszeitraum 2016 bis 2022 stetig ein Plus verzeichnen konnte. Außerdem lässt sich über die Warengruppen hinweg ein wachsendes Interesse der Konsumenten gegenüber Nicht-Lederschuh (Stoff- oder Kunststoffschuhe) beobachten. „Ob Leder, Stoff oder Kunststoff: Das Schuhmaterial und seine moralischen wie ökologischen Konnotationen haben mittlerweile einen erkennbaren Einfluss auf die Kaufentscheidung der Konsumenten“, so Carina Stäbisch, Projektmanagerin am IFH Köln.

## FRANKREICH WILL SCHUHREPARATUR FÖRDERN

Von Oktober an können Kunden in Frankreich staatliche Subventionen in Anspruch nehmen, wenn sie Schuhe neu besohlen oder Kleidung stopfen lassen. Der Reparaturbonus, der Bürger animieren soll, Schuster und Schneider aufzusuchen, werde zwischen sechs und 25 Euro betragen, kündigte Umwelt-Staats-

sekretärin Béangère Couillard in Paris an. Für das Bonusprogramm sollen bis 2028 etwa 154 Millionen Euro zur Verfügung gestellt werden. Die Staatssekretärin empfahl Schuster- und Schneiderwerkstätten sowie Modeläden, die diesen Service anbieten, sich offiziell als Reparaturbetrieb registrieren zu lassen.

## Ringschuh: **FÜHRUNGSWECHSEL** zum Jahresende

Bernd Grillitsch wird zum Jahreswechsel Nachfolger von Wilfried Harml als Geschäftsführer der Ringschuh Austria GmbH. Harml wird nach 20 Jahren bei der Schuhverbundgruppe mit Sitz in Graz zum Jahresende in den Ruhestand verabschiedet. Grillitsch begann seine Tätigkeit bei der Ringschuh im Juni 2023. Nach seinem Studium der Betriebswirtschaft und des Wirtschaftsrechts hat der 38-Jährige internationale Erfahrung im Vertrieb, Retail und Marketing in unterschiedlichen Lifestylebranchen sammeln können. Die Leidenschaft für die österreichische Schuhbranche und deren Fachhandelspartner hat Bernd Grillitsch in seiner Funktion als Sales Director von Högl entwickelt. Ende 2020 übernahm der gebürtige Linzer als Vorstand und Geschäftsführer die Verantwortung für den Textil- und Schuhfilialisten Konsumgenossenschaft Weimar mit über 20 Standorten in Deutschland.



Bernd Grillitsch



Wilfried Harml

### EINKAUFSLEITER VERLÄSST RICOSTA



Einkaufsleiter Christian Ohnmacht verlässt den Kinderschuhhersteller Ricosta zum 30. September. Er wechselt zur Rieker-Gruppe, für die er bis 2016 bereits 25 Jahre lang in verschiedenen Positionen, zuletzt als Einkaufschef, tätig war. Der 52-Jährige kam am 1. April 2018 zu Ricosta, nachdem er zwischenzeitlich für ein Pharma-Unternehmen tätig war.

### RICOSTA: LOSCHELDER GEHT IN RUHESTAND



Der Repräsentant Johannes Loschelder hat sich nach 24 Jahren beim Kinderschuhhersteller Ricosta zum 30. Juni in den Ruhestand verabschiedet. Die Nachfolge übernehmen zum größten Teil Birgit Hunnekuhl und Pierre Lorenz. Vor seiner Zeit bei Ricosta war Loschelder elf Jahre lang beim Kinderschuhanbieter Elefanten beschäftigt.

### Berkemann besetzt Vertriebsgebiete neu



Ralph Mistler



Thomas Vieth

Zum Beginn der Reisezeit für die kommende Frühjahr/Sommer-Saison 2024 hat Berkemann zwei Vertriebsgebiete neu besetzt. Mit Ralph Mistler für das Gebiet Südwest und Thomas Vieth für das Gebiet Süd konnten zwei Vertriebsprofis mit langjähriger Branchenerfahrung gewonnen werden. Ralph Mistler war zuvor für Nero Giardini, Caprice, Josef Seibel und Afis tätig, Thomas Vieth unter anderem bei Hamm Footwear für die Marken Napa-pijri und Scotch & Soda.

### PREMIUM: ANITA TILLMANN STEIGT AUS

Gründerin Anita Tillmann verlässt nach fast 21 Jahren zum Jahresende die Premium Group. Der Messeveranstalter wird künftig von CEO Jörg Arntz geleitet. Tillmann werde dem Unternehmen weiter als „strategische Beraterin“ erhalten bleiben, teilte die Premium Group mit, die in Berlin die Messen Premium und Seek veranstaltet. „Nach über zwei Jahrzehnten trete ich aus dem operativen Geschäft zurück und überlasse dieses mit großer Zuversicht und Vertrauen meinem Business-Partner Jörg und unserem erfahrenen Führungsteam“, sagte Anita Tillmann. Jörg Arntz ist seit zehn Jahren bei der Premium Group. Er glaubt an die Zukunft des Formats. „Die Nachfrage nach einem organisierten Branchentreff in Berlin ist immer noch sehr hoch.“



Jörg Arntz und Anita Tillmann

### DREIFACHE VERSTÄRKUNG IM BNS-VERTRIEB

Die BNS International GmbH verstärkt Ihr Vertriebsteam gleich mit drei Personen: Bereits ab Juli aktiv sind die beiden Regionalverkaufsleiter Valentin Leko und Andreas Hermann. Leko war bereits bei mehreren Schuhherstellern wie Birkenstock, Rohde, Sioux, Florett oder Alois Beck unter anderem als Vertriebsverantwortlicher und Brandmanager aktiv. Hermann kommt von der Bama International GmbH und verfügt zudem über langjährige Erfahrung im Schuhhandel. Beide übernehmen eigenständige Vertriebsregionen. Zusätzlich wird Hansjörg Baur die neu geschaffene Stelle des Business Development Managers übernehmen. Baur war über lange Jahre in verschiedenen leitenden Funktionen bei Bama tätig, zuletzt als Leiter Produktmanagement.



Andreas Hermann, Hansjörg Baur und Valentin Leko (von links)



## NEUE SCHUHMESSE IN BRASILIEN GEPLANT

Der brasilianische Schuhindustrieverband Abicalçados und die NürnbergMesse Brasilien (NMB) haben die Brazilian Footwear Show (BFSHOW) ins Leben gerufen. In zwei geplanten jährlichen Ausgaben, die abwechselnd in Porto Alegre und São Paulo stattfinden, will die Messe die Herbst/Winter- und Frühjahr/Sommer-Kollektionen nationaler und internationaler Schuh- und Sportmarken präsentieren. Die erste Ausgabe der BFSHOW findet vom 21. bis zum 23. November 2023 in der Industrievereinigung des Bundesstaates Rio Grande do Sul (Fiergs) in Porto Alegre statt. Zu der dreitägigen Veranstaltung werden rund 10.000 Besucher und mehr als 100 Marken erwartet.

### Brasilien ist der fünftgrößte Schuhproduzent der Welt

Seit der Eröffnung der ersten Schuhfabrik in Brasilien vor rund 135 Jahren (1888) ist die brasilianische Industrie auf über 4.000 Schuhhersteller gewachsen, die sich auf 600 Städte und 25 Bundesstaaten verteilen. Über 8.000 Unternehmen beteiligen sich aktiv an der Prozesskette und rund 300.000 Menschen sind direkt in der Branche beschäftigt. Damit ist Brasilien der fünftgrößte Schuhproduzent der Welt und der weltweit größte Hersteller außerhalb Asiens (nach China, Indien, Vietnam und Indonesien). Im Jahr 2022 wurden in dem lateinamerikanischen Land insgesamt 848,6 Millionen Paar Schuhe produziert, wodurch ein Umsatz von 6 Milliarden US-Dollar erwirtschaftet wurde. Dies entspricht einem Anstieg der verkauften Paare um fast 3,6 Prozent und der Gesamteinnahmen um über 33 Prozent im Vergleich zu 2021. Im Jahr 2023 wird ein weiterer Anstieg der Produktion um 1,7 Prozent erwartet. Bis 2027 wird ein jährliches Umsatzwachstum von durchschnittlich rund 20 Prozent prognostiziert. Zu den international bekannten Marken, die in Brasilien Schuhe produzieren, gehören unter anderem Adidas, Nike, Vans und Veja. Brasilien ist auch der viertgrößte Markt für Schuhe weltweit und exportiert in über 165 Länder der Welt. Während mehr als 85 Prozent der Produktion für den Inlandsverbrauch bestimmt sind, wurden im Jahr 2022 weltweit 142 Millionen Paar Schuhe exportiert, was einem Gesamtexportwert von 1,3 Milliarden US-Dollar entspricht.

## ANWR startet mit neuem MESSEFORMAT

Mit einigen Veränderungen wartet ANWR Schuh für die beiden Messen ANWR Order Summer No. 1 und No. 2 im August und September auf dem Campus Mainhausen auf: Erstmals werden die Orderveranstaltungen komplett auch für Fachbesucher geöffnet, die nicht zur ANWR-Gruppe gehören. Zur stärkeren Profilierung werden beide Veranstaltungen inhaltlich abgegrenzt und eine Eventhalle zur Summer No. 1 soll Raum für Inspiration und Austausch bieten. „Grundsätzlich wollen wir jede unserer Messen für sich stärker profilieren und sie inhaltlich voneinander abgrenzen“, stellt Désirée Orłowski, bei der ANWR verantwortlich für den Geschäftsbereich Produkt, den Grundgedanken des neuen Messekonzepts dar. Jede Messe stelle separate Themenwelten in den Mittelpunkt, die sich nicht überschneiden sollen. Auf der ANWR Order Summer No. 1 vom 1. bis 3. August sind Aussteller der Warengruppen Outdoor & Sport, Kids und Mainstream vertreten, auf der ANWR Order Summer No. 2 vom 5. bis 7. September Aussteller der Warengruppen Fashion, Komfort und Accessoires. 140 Aussteller und 230 Marken hat das ANWR-Produkt-Team für die No. 1-Messe gewonnen, bei der zweiten Messe werden es 150 Aussteller und 260 Marken sein. Auch Marken im O1 sind in die Messe mit einbezogen. „Durch diese Abgrenzung haben wir die Möglichkeit, auch neue Aussteller nach Mainhausen zu einladen.“ Erstmals wird die ANWR die Messen komplett für den gesamten Fachhandel öffnen, unabhängig von der Verbundgruppe. Willkommen sind nicht nur Schuhhändler anderer Kooperationen, sondern auch Textilhändler, die ein Schuhsortiment führen. Vorträge runden das Orderprogramm für den Handel ab: Bei der ANWR Order Summer No. 1 stellt Dr. Claudia Schulz die Trends für Frühjahr/Sommer 2024 vor. Ein Round-Table wird sich am Nachmittag des 1. August mit den Aspekten von Nachhaltigkeit für den Schuhfachhandel beschäftigen. Am 2. August richten die ANWR-Markt-Experten im Warenkompass den Fokus auf die Branchenentwicklung der einzelnen Warengruppen. Außerdem können sich Besucher und Aussteller am Abend des ersten Tages auf einen Austausch beim Get-Together freuen. An allen drei Tagen bietet das Produkt-Team Touren durch die Messehallen an. Ein besonderes Format wird die Halle 6 beherbergen: Sie wird zur Eventhalle. Mit diesem neuen Angebot möchte Désirée Orłowski für die ANWR Order Summer No. 1 einen Raum für Inspiration und Story Telling schaffen. Mit den Marken Skechers, Rieker, Leguano, Geox, Josef Seibel, Keddo, Waldläufer und der Wortmann-Gruppe ist die Halle 6 für die Messe No. 1 ausgebucht. Zur No. 2 wird das Thema Accessoires in den Fokus rücken und alle Angebote dazu in einer Halle zusammenstellen.

## FRITZ UNÜTZER GESTORBEN

„Schuhe können eine Frau verwandeln“, sagte Fritz Unützer einmal. Seitdem der gebürtige Münchner seine Lehrzeit bei Burberry, Churchs und John Lobb in London absolviert hatte, ließ ihn die Leidenschaft für Schuhe nicht mehr los. Aufbauend auf dem Erbe und Know-how des väterlichen Unternehmens und seinen seit 1947 gesammelten Erfahrungen gründete er 1989 seine gleichnamige Schuh- und Accessoire-Marke Unützer. Am 30. Juni ist Fritz Unützer nach schwerer Krankheit im Alter von 76 Jahren gestorben. Nach Aufhalten in London und Paris traten Peter und Fritz Unützer in die Fußstapfen ihres Vaters und führten das seit 1947 bestehende Familienunternehmen und Modehaus „U-Sportmoden“ in Münchens schönster Einkaufsstraße weiter. Ende der 60er Jahre eröffneten sie die High-End-Modeboutique „The English House“ in der Maximilianstraße 32. Die Erfolgsgeschichte der Marke Unützer begann mit der Kreation des ersten Klassikers – dem Ballerina, in allen Farbvarianten, der Mitte der 90er Jahre schnell zu einem unverzichtbaren Modeaccessoire der deutschen High Society wurde. Um höchste Qualitätsstandards und Langlebigkeit zu garantieren, erwarb Unützer Ende der 1980er Jahre eine eigene Produktionsstätte in Italien, in Fossò nahe Venedig. Von dort aus belieferte er Kunden wie Eickhoff, Breuninger, Engelhorn oder das KaDeWe sowie die eigenen Geschäfte in München, Hamburg, Berlin und Venedig. Heute gibt es nach wie vor den Unützer-Store in der Stollbergstraße 17. Die Fabrik im Veneto stellt jedes Jahr rund 50.000 Schuhe her. Die Kunden stammen vornehmlich aus dem deutschsprachigen Raum. Unützers Erbe ist gesichert: Vor zwei Jahren trat sein Sohn Fritz junior in das Unternehmen ein.



## Wir verkaufen unsere Lagerbestände!

Schuhe – Sandalen – Leder  
– Materialien – Maschinen

**Nähere Informationen:**  
**Tel.: +49 (0) 152 25146157**  
**E-Mail: hjsne@gmx.de**

## SHOEZ ABONNIEREN?

**Tel.: +49 (0) 641 795 08-13**  
**E-Mail: gk@shoez.biz**

## KOSTENGÜNSTIG UND EFFIZIENT:

**ONLINE WERBUNG**  
auf [www.shoez.biz](http://www.shoez.biz)

**Infos abrufen unter:**  
[mw@shoez.biz](mailto:mw@shoez.biz)

Sie sind auf der Suche nach einem

## MITARBEITER/VERTRETER (M/W/D)

Dann sollten Sie die frische Schuhfachzeitschrift SHOEZ für Ihre Personalsuche nutzen. Der Millimeterpreis für Ihre Anzeige im Stellenmarkt beträgt nur Euro 2,50. Nähere Infos erhalten Sie unter Tel. +49 (0) 641 79508-11 oder E-Mail: [mw@shoez.biz](mailto:mw@shoez.biz)

## IHRE WERBUNG ZUR NEUEN ORDERSAISON F/S 2024

**SHOEZ 9** erscheint am 23. August 2023

### SPECIALS

- Schuhmode-Special Damen-/Herren-/Kinderschuhe Frühjahr/Sommer 2024
- Schuhtechnik und Schuhreparatur: Leder, Synthetics, Membranen, Sohlen, Absätze
- Lederwaren

### VORSCHAU:

- Shoes Düsseldorf (27.-29.8.2023)
- ILM, Offenbach (2.-4.9.2023)
- ANWR Order Summer, Mainhausen (5.-7.9.2023)
- Micam & Mipel, Mailand (17.-20.9.2023)
- Lineapelle, Mailand (19.-21.9.2023)
- Simac Tanning Tech, Mailand (19.-21.9.2023)

**Anzeigenschluss: 7. August 2023**

Anzeigen-Hotline: +49 (0) 641 795 08-11, E-Mail: [mw@shoez.biz](mailto:mw@shoez.biz)

**LETZTE CHANCE!**

## Wir kaufen alles

Postenhandel Sauer  
36100 Petersberg  
Telefon: (0661) 96 21 49 50  
Handy: 0160 646 3342  
[info@schuhhaus-sauer.net](mailto:info@schuhhaus-sauer.net)

## Wir kaufen Deine Schuhe!

Lagerbestände,  
Geschäftsaufgaben,  
Restposten

Tel.: 0170-5279355

## Kaufe sofort!

Lagerbestände, Restposten.  
Barzahlung & Abholung sofort!

Firma Aydi

Tel. **0202/94 62 466**

Fax **0202/94 62 467**

Handy **0173/288 4000**

E-Mail: [fa.aydi@gmail.com](mailto:fa.aydi@gmail.com)

## KAUFE SCHUHE, TEXTILIEN + TASCHEN

- RESTPOSTEN
- MUSTERKOLLEKTIONEN
- LAGERRESTE

### STOCKLOT TRADING

FRANK MISSFELD  
KRONSFORDER ALLEE 96a  
23560 LÜBECK  
TEL.: 0177 9648104  
[missfeld@web.de](mailto:missfeld@web.de)



# Impressum

### Verlag und Herausgeber:

Profashion Media GmbH, Im Westpark 15,  
D-35435 Wettenberg

Telefon-Sammelnummer: +49 (0) 641 795 08-0,  
Fax: +49 (0) 641 795 08-15; E-Mail: [info@shoez.biz](mailto:info@shoez.biz)  
Geschäftsführer: Manfred Willsch,  
Nadine L'Allemand, Georg Kamnakis

### Redaktion:

Manfred Willsch, Dipl.-Oek. (v.i.S.d.P.)  
Telefon: +49 (0) 641 795 08-11,  
E-Mail: [mw@shoez.biz](mailto:mw@shoez.biz)

Nadine L'Allemand M.A.

Telefon: +49 (0) 641 795 08-12,  
E-Mail: [nl@shoez.biz](mailto:nl@shoez.biz)

Georg Kamnakis M.A.

Telefon: +49 (0) 641 795 08-13,  
E-Mail: [gk@shoez.biz](mailto:gk@shoez.biz)

### Service Abonnenten:

Telefon: +49 (0) 641 795 08-13 (Leitung G. Kamnakis)

### Anzeigenverkauf:

Telefon: +49 (0) 641 795 08-11 (Leitung M. Willsch)

### Vertretungen: Deutschland-West

(Rheinland-Pfalz, Nordrhein-Westfalen, Saarland)  
Paul-Werner Jung-Stadié, Körnerstraße 50,  
50823 Köln, Telefon: +49 (0) 221 13 00 20-10,  
Fax: +49 (0) 221 13 00 20-11  
E-Mail: [jung-stadie@stadie-gmbh.de](mailto:jung-stadie@stadie-gmbh.de)

### Deutschland-Südost; Österreich

(Bayern, Thüringen, Sachsen)  
Christian Saupe, SW Medienvertretung  
Saupe + Weber OHG  
Windmühlenstraße 44, D-73431 Aalen  
Telefon: +49 (0) 7361 38038-12 /-0,  
Fax: +49 (0) 7361 38038-38  
E-Mail: [christian.saupe@saupe-medien.de](mailto:christian.saupe@saupe-medien.de)

### Niederlande, Belgien

Miep (Maria) Ewals  
TRIMITAL di Ewals Maria  
Via L. Ariosto, 18  
I-71043 Manfredonia (FG), Italien  
Telefon/Fax: +39.02.4158056  
Mobil: +39.3336939708  
E-Mail: [miepewals@gmail.com](mailto:miepewals@gmail.com)

### Italien

com3orlando sas di laura orlando & c.  
Via dei Benedettini, 12  
I-20146 Milano, Italien  
Telefon: +39.02.4158056  
Mobil: +39.335.6899403  
E-Mail: [orlando@com3orlando.it](mailto:orlando@com3orlando.it)

### Indien

Amarjeet Singh Gianni  
105-B, Prem Ratan Vatika,  
7/180 Swarup Nagar, Kanpur – 208 002 – Indien  
Telefon: +91 98390 35458  
E-Mail: [as\\_gianni@yahoo.co.in](mailto:as_gianni@yahoo.co.in)

### Druck:

Silber Druck oHG  
Otto-Hahn-Straße 25, D-34253 Lohfelden

### Design & Satz:

sumner groh + compagnie, Gießen

**Preise:** Einzelheft außerhalb des Abonnements: € 5,30, im Abonnement jährlich € 59,90 (12 Ausgaben) inklusive Versandkosten und 7% MwSt in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Sonstige Länder auf Anfrage. Falls das Abonnement nicht mit einer Frist von zwei Monaten vor Ablauf gekündigt wird, verlängert es sich automatisch um ein weiteres Jahr. Bei Nichterscheinen infolge Streiks oder Störungen durch höhere Gewalt kein Anspruch auf Lieferung. Anzeigenpreise laut Anzeigenpreisliste Nr. 27, gültig ab 01. Januar 2023. Erfüllungsort ist Wettenberg.

### Sonstiges:

Der Titel „SHOEZ – Was in der Branche läuft“ und alle darin enthaltenen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Der Nachdruck, auch auszugsweise, ist nur mit ausdrücklicher Genehmigung des Verlages erlaubt. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verbreitung in elektronischen Medien. Für unverlangt eingesandte Manuskripte und Abbildungen übernimmt die Redaktion keine Haftung. Namentlich gekennzeichnete Beiträge geben die Meinung der Autoren wieder; diese muss nicht mit der Auffassung der Redaktion übereinstimmen.





# Erster Schritt

mit **superfit**

Ein kleiner Schritt  
in ein großes  
Sommerabenteuer

Gemeinsam erfolgreich  
im Frühjahr/Sommer 24

Die superfit **FS24** Lauflern-  
Kollektion mit attraktiven  
Preiseinstiegsvarianten,  
spielerischen Designs und  
farbenfrohen Akzenten.

Entdecken Sie die neue  
Kollektion unter:

[portal.legero-united.com](https://portal.legero-united.com)

[superfit.com](https://superfit.com) | [portal.legero-united.com](https://portal.legero-united.com)

 [superfitshoes](https://www.instagram.com/superfitshoes)  [superfit](https://www.facebook.com/superfit)  [superfit shoes](https://www.youtube.com/superfitshoes)