

WAS IN DER BRANCHE LÄUFT | AUSGABE 03/2024 | D58282 | EUR 5,50

# SHOEZ

*Mode-, Schuh- und Taschentrends Herbst/Winter 2024/25*

ANZEIGE

WWW.SHOEZ.BIZ



**LOTTO**



FÜHLT SICH WIE EIN NEUES LEBEN AN



MODELL  
PICCADILLY

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



# Jetzt warm anziehen!

Hersteller und Handel unterliegen einer fundamentalen Transformation und Konsolidierung des Marktes. Welche Trends jetzt strategische Entscheidungen im Top-Management verlangen?

Prominente Insolvenzen verdeutlichen die Problematik hoher Mieten im Einzelhandel. Zu hohe Mieten sind der Kern allen Übels. Ja, Mieten sind – neben den Personalkosten und hohen Lagerbeständen – die Kostentreiber im Handel. Jedoch allein auf die Mieten abzustellen, lenkt von anderen Problemen ab und ist zu kurz gesprungen. Denn: Jeder Händler, der stationären Handel betreibt, muss mit Kosten für die Nutzung der Flächen und Immobilien – egal ob Miete oder Kauf – rechnen. Marken und Händler der „Modischen Mitte“ sind besonders betroffen. Andererseits gibt es Marken, insbesondere im Premium- und Luxussegment sowie im Niedrigpreis-Segment, die trotz aller Widrigkeiten erfolgreich im Markt agieren. Strukturen, Prozesse und die eigene Organisation, Kosten, Filialnetz und das gesamte Geschäftsmodell müssen jetzt kritisch überprüft werden.

Viele Marken und Händler beklagen zu hohe Lagerbestände, die in der unplanbaren Zeit von Lockdowns und Unsicherheit aufgebaut wurden. Guter Rat ist hier teuer: Ordern wir zu wenig? Ordern wir zu viel? Wie werden die Limits verteilt? Kommt ein weiterer Lockdown? Kriege und Inflation folgten, die Sparquote stieg, die Frequenz sank und die Umsätze folgten diesem Trend – das Working Capital ist gebunden und führt zur Belastung des Unternehmensergebnisses. Hatten die einen den richtigen Riecher, sehen sich heute viele Händler mit zu hohen Warebeständen konfrontiert, Hersteller sitzen auf hohen Beständen an Fertigware oder Komponenten. Gleichzeitig ist Geld teuer geworden,



**MANUEL FARROKH,**  
LEITER MODE FASHION LIFESTYLE BEI  
DR. WIESELHUBER & PARTNER

die Finanzierungskosten sind gestiegen. Hier hilft jetzt nur professionelles Working Capital Management und die Nutzung aller finanzwirtschaftlichen Möglichkeiten. Frequenzen leiden, die Daseinsberechtigung der Marke und Händler wird infrage gestellt. Abwarten und so weitermachen wie bisher, kann nicht die Lösung sein – vielmehr ist „Thinking out of the box“ gefragt! Werden die relevanten Marken angeboten und produzieren Hersteller den richtigen Produktmix? Wo gibt es noch weitere Möglichkeiten, um Umsätze zu steigern – in der Diversifizierung? In herausfordernden Zeiten – und im besten Fall davor – ist es überlebenswichtig, das Produktportfolio und Angebot zu überdenken. Viele Unternehmen verfügen nach wie vor über eine unzureichende bis gar keine Datenbasis zur Steuerung ihrer Flächen. Datentransparenz ist mehr frommer Wunsch als gelebte Realität. Die Folgen: Aktivismus, häufiger Kurswechsel sowie der Aufbau von Entscheidungen und Strategien, die wenig mit Zahlen, Daten und Fakten unterlegt sind. Relevante Ergebnistreiber müssen also gezielt gesteuert werden, um ein Unternehmen oder dessen Teilbereich aber auch ganz operativ die Stores und deren Warengruppen und Saisons besser und pragmatisch auswerten zu können, um überhaupt zielführend steuern zu können.

Die Stimmung aller Player auf den bisherigen Branchentreffen 2024 hat deutlich gemacht: Das Prinzip Hoffnung funktioniert weder im Handel noch bei den Herstellern. Die Stimmung nach außen ist wie immer blendend, es wird sich aber spürbar mehr über Probleme ausgetauscht und offen diskutiert. Die Realität ist jedem Händler und jeder Marke bekannt. In Schockstarre zu verfallen ist jedenfalls keine Lösung, jetzt heißt es warm anziehen und los! Jede Krise bietet auch immer eine Chance!



**06** ↘

## SHOEZAKTUELL

- 03 Editorial
- 04 Top-News

## SHOEZFASHION

- 06 Coty Glam meets Quiet Luxury: Die Damenmode im Herbst/Winter 2024/25
- 14 SHOEZ-Schau
- 17 Trends und Stimmen aus der Branche
- 24 Schliff und Wertigkeit: Die Herrenmode im Herbst/Winter 2024/25
- 28 Trends und Stimmen aus der Branche
- 30 Hygge-Style für Girls und Boys: Die Kindermode im Herbst/Winter 2024/25
- 33 Kinderschuh-Kollektionen

- 34 Zwischen neuer Klarheit und Party-Feeling: Die Taschentrends im Herbst/Winter 2024/25
- 39 Taschen-Kollektionen
- 40 SHOEZ-Schau

## SHOEZBUSINESS

- 42 Köpfe
- 44 Handel
- 46 News
- 47 Anzeigenmarkt
- 47 Impressum

Was kommt im nächsten **Herbst und Winter**? Wir haben die wichtigsten **Trends** für Damen-, Herren-, Kindermode und Taschen **zusammengefasst**.

## ADIDAS VERDIENT ÜBERRASCHEND DOCH GELD

Adidas hat im abgelaufenen Jahr wider Erwarten schwarze Zahlen geschrieben und den Umsatz gehalten. Das Betriebsergebnis habe nach vorläufigen Zahlen bei 268 (2022: 669) Millionen Euro gelegen, teilte der weltweit zweitgrößte Sportartikelkonzern mit. Vorstandschef Björn Gulden hatte zuletzt noch mit rund 100 Millionen Euro Verlust gerechnet. Der Umsatz trat währungsberichtigt auf der Stelle, Adidas hatte aber einen Rückgang erwartet. In Euro gerechnet ging der Umsatz unter anderem wegen der Abwertung des argentinischen Peso um fünf Prozent – mehr als eine Milliarde Euro – auf 21,4 Milliarden Euro zurück. Grund dafür, dass der Konzern die Erwartungen übertroffen hat, ist neben einem starken vierten Quartal die Entscheidung, die restlichen Bestände an „Yeezy“-Schuhen aus der beendeten Partnerschaft mit dem umstrittenen Rapper Ye nur zu einem kleinen Teil abzuschreiben. Den Rest hofft Adidas, im laufenden Jahr noch zumindest kostendeckend für 250 Millionen Euro verkaufen zu können. Zwei Verkaufsaktionen hatten bereits 2023 einen Umsatz von 750 Millionen und einen operativen Gewinn von 300 Millionen Euro gebracht. „Natürlich wissen wir, dass unsere Finanzergebnisse nicht gut sind“, sagte Gulden. „Aber wir sind dabei, Adidas wieder zu einem guten Unternehmen zu machen.“ Für das laufende Jahr stellte Adidas währungsberichtigt ein Umsatzplus von rund fünf Prozent und einen Betriebsgewinn von 500 Millionen Euro in Aussicht.

## HDE-Prognose: 5000 Geschäfte schließen 2024

Die Lage vieler Innenstädte in Deutschland verschlechtert sich zusehends. Nach Prognose des Handelsverbandes Deutschland (HDE) werden im Jahr 2024 nochmals 5000 Geschäfte ihre Türen für immer schließen.

„Das sind schlechte Nachrichten für den Einzelhandel, aber vor allem für die Stadtzentren. Denn der Hauptgrund für den Besuch einer Innenstadt ist für viele Menschen der Einkauf. Fallen Geschäfte weg, leidet das gesamte Stadtzentrum“, so HDE-Hauptgeschäftsführer Stefan Genth. Nach der HDE-Prognose werden Ende des Jahres 2024 seit 2020 somit 46.000 Geschäfte aufgegeben haben. „Wir brauchen jetzt Sofortmaßnahmen. Der Ernst der Lage ist prinzipiell längst erkannt, wir müssen ins Handeln kommen. Nur wenn alle an einem Strang ziehen, kann vielerorts die Verödung ganzer Innenstädte verhindert werden“, so Genth.

## RICHTER-SCHUHE wird WEITERGEFÜHRT

Der österreichische Kinderschuhhersteller Ferdinand Richter wird fortgeführt. Die Gläubiger haben den Sanierungsplan angenommen. Nach einer Insolvenz stand das Kinderschuh-Unternehmen kurz vor dem Aus, aber nun die Wende. „Europas ältestes und traditionsreichstes Kinderschuh-Unternehmen bleibt bestehen. Wir arbeiten fleißig daran, euch schon bald wieder den gewohnten Service bieten zu können“, teilte Richter-Schuhe die guten Neuigkeiten mit. Die Gläubiger mit anerkannten Forderungen in Höhe von rund drei Millionen Euro erhalten in den kommenden zwei Jahren eine Gesamtquote von 20 Prozent. Das Kinderschuh-Unternehmen musste Mitte November 2023 das Insolvenzverfahren beim Landesgericht für Graz einleiten. Die Passiva beliefen sich auf fast 8 Millionen Euro, die Aktiva auf rund eine Million Euro. „Die Insolvenzursachen lagen in den Auswirkungen der Covid-Pandemie, die zu langen Schließungen und einer Reduktion des Geschäftsvolumens führten. Dadurch wurde ein unerwarteter Finanzierungsbedarf notwendig, der mittels Überbrückungsfinanzierungen, der Unterstützung der Gesellschafter sowie staatlicher Förderungen gedeckt werden konnte. Schlussendlich sorgten aber eventuelle Rückforderungsansprüche bezüglich des gewährten Verlustersatzes für die Schieflage“, hieß es damals. Die Sanierung wurde erst möglich, weil ein ausländischer Investor in das Unternehmen einsteigt. Dieser wird ebenso wie Mitinhaber Georg Kapsch nun in das Unternehmen investieren. „Die intensiven Bemühungen zur Beibringung der kurzfristig erforderlichen weiteren Finanzierung waren erfolgreich, womit letztlich eine betriebswirtschaftlich vertretbare Fortführung darstellbar wurde. Es erfolgen derzeit der stete Abruf und die Anlieferung der in Fernost produzierten Ware für die Frühjahr- und Sommerkollektion 2024, sodass die fristgerechte, zeitnahe Auslieferung an die Kunden der Schuldnerin erfolgen kann“, so der Alpenländische Kreditorenverband für Kreditschutz und Betriebswirtschaft (AKV). Im Unternehmen in Österreich sind aktuell 14 Mitarbeiter tätig. Die slowakische Tochtergesellschaft, Richter Slovakia s.r.o., beschäftigte – bei Insolvenzeneröffnung – 67 Mitarbeiter. Hier soll es laut AKV zu Entlassungen kommen. Neben der Slowakei werden Richter-Kinderschuhe auch in Asien hergestellt. Die Kernabsatzmärkte sind Deutschland, Österreich, die Schweiz und Ungarn.

## ILM ZIEHT POSITIVES FAZIT



Rund 250 Marken aus über 20 Ländern präsentierten vom 3. bis 5. Februar auf der ILM #159 ihre neuen Kollektionen für Herbst/Winter 2024/25. Im Fokus: Handtaschen, Reisegepäck, Ranzen, Rucksäcke und Accessoires. Die Stimmung sei durchweg positiv und aufgeschlossen gewesen, urteilte der Veranstalter. „Wer zur ILM kommt, will sich mit Mode und neuen Produkten beschäftigen. Wir vermitteln Emotionen

und Visionen. Genau darauf kommt es in einer von Krisen und Herausforderungen geschüttelten Welt an“, sagt Silvio Rinaldelli, der mit der italienischen Marke Cromia auf der ILM vertreten war. Bereits am ersten Tag konnte die Messe mit einem zweistelligen Besucherplus punkten. Vor allem international hat die ILM zugelegt. Zahlreiche Einkäufer aus Europa, aber auch den USA, dem Nahen und Mittleren Osten und Asien, kamen nach Offenbach, um ihre Orders für die kommende Herbst-/Winter-Saison zu platzieren. Der frühe Termin wird gut angenommen. Was wurde gesucht? „Edle, zeitlose Taschen, die die Schönheit des Materials in den Vordergrund rücken, werden von unseren Kunden gesucht und gefunden“, so Stefan Bruder von Abro. „Es geht um Taschen, die vielseitig einsetzbar sind“, ergänzt Brigitte Reiner von L.Credi. Wertige Optiken und funktionale Details sind unerlässlich. Dave de Boer von Fashion Solutions nennt es „affordable luxury“, was den Zeitgeist der neuen Orderrunde ausmacht. Ikonische Modelle, darunter viele runde Formen, stehen dabei für Langlebigkeit und Begehrlichkeit. Dezentere Farben, allen voran Schwarz, Taupe und Grau, aber auch mutige Colorits rund um Beeren- und Brauntöne sowie Grün in sämtlichen Schattierungen werden in der kommenden Herbst-/Winter-Saison frische Akzente setzen.



## Schuh-Welt will sich in Eigenverwaltung sanieren

Die Schuh-Welt Schuhhandels-GmbH, die zehn Filialen im Südwesten Deutschlands betreibt, hat beim Amtsgericht Pirmasens einen Antrag auf ein Insolvenzverfahren in Eigenverwaltung gestellt. Wie das Unternehmen mitteilte, habe das Amtsgericht dem Antrag entsprochen und das vorläufige Verfahren angeordnet. „Das Unternehmen nutzt die Möglichkeiten des Verfahrens in Eigenverwaltung, um sich für die Zukunft neu aufzustellen. Der Geschäftsbetrieb wird fortgeführt, wir bieten unseren Kunden in den Filialen auch weiterhin Markenprodukte zu günstigen Preisen. Zudem werden in der kommenden Zeit Sonderaktionen gestartet“, sagt Geschäftsführerin Monika Carvalho. Die Verantwortlichen informierten die mehr als 80 Mitarbeiter im Rahmen einer Versammlung über den aktuellen Stand. Deren Gehälter sind durch das Insolvenzgeld im vorläufigen Verfahren für die Monate Februar bis April 2024 gesichert. Die Restrukturierungsexperten Matthias Bayer und Lukas Eisenhuth von der Kanzlei Abel & Kollegen unterstützen das Unternehmen als Generalhandlungsbevollmächtigte. Rechtsanwalt Dr. Alexander Jüchser von der Kanzlei Lieser Rechtsanwälte wurde zum vorläufigen Sachwalter bestellt. Grund für die Antragstellung sei die aufgrund der gesamtwirtschaftlich schwierigen Lage zurückgegangene Nachfrage bei gleichzeitig gestiegenen Kosten für Energie, Miete und sonstige Dienstleistungen. Diese Faktoren hätten die Folgen der Coronakrise sowie der Inflation noch weiter verstärkt. Die Schuh-Welt habe bereits in den vergangenen zwei Jahren begonnen, die strategische Neuausrichtung einzuleiten, heißt es in einer Mitteilung des Unternehmens. Daran anknüpfend biete die Restrukturierung in Eigenverwaltung nun „die Chance, die strukturelle Neuausrichtung umzusetzen und den Geschäftsbetrieb nachhaltig zu stabilisieren“. Neben dem Stammsitz in Wald Fischbach-Burgalben betreibt die Schuh-Welt Schuhhandels-GmbH drei Geschäfte in Kaiserslautern sowie Filialen in Erbach, Frankenthal, Groß-Zimmern, Gründau-Lieblos und Rodgau-Dudenhofen.

## REXOR MIT HISTORISCH BESTEM ZR-UMSATZ

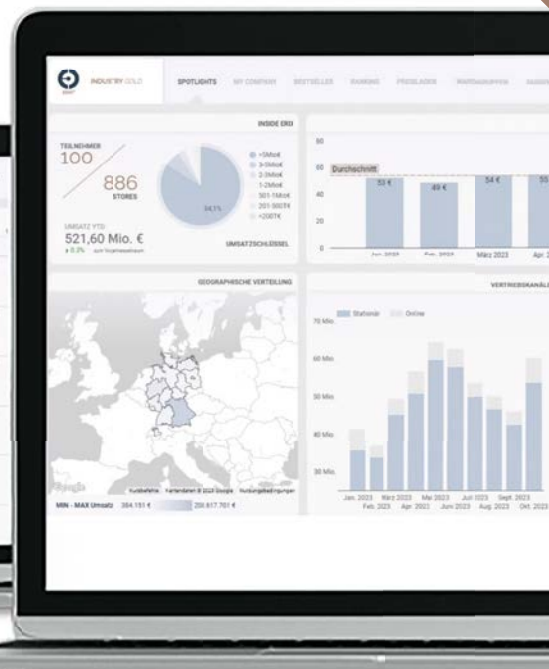
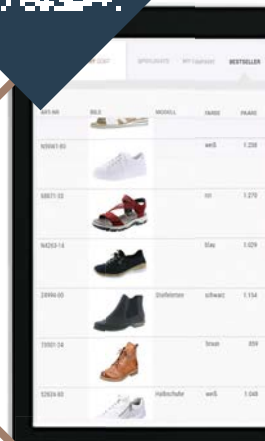
Die Düsseldorfer REXOR Schuh-Einkaufsvereinigung hat im vergangenen Geschäftsjahr trotz der derzeitigen schwierigen Einzelhandelsituation den „historisch besten Zentralregulierungsumsatz in ihrer Geschichte“ erreicht, wie das Unternehmen mitteilte. Der Zentralregulierungsumsatz konnte gegenüber dem Geschäftsjahr 2022 um 2,8 Prozent auf 222,8 Millionen gesteigert werden. Die höchsten Umsätze wurden mit Abstand in Belgien und in Deutschland verzeichnet. In beiden Ländern wurde der Zentralregulierungsumsatz gegenüber dem Vorjahr gesteigert. Obwohl die REXOR 2023 ihren 70. Geburtstag feierte, wurde auf Feierlichkeiten verzichtet. Stattdessen gewährte die Verbundgruppe ihren Partnerunternehmen sowohl in der Frühjahr-/Sommer- als auch in der Herbst-/Wintersaison eine Valuta von 70 Tagen für jeweils eine Dekade. Der Jahresüberschuss der REXOR in Höhe von 145.000 Euro wird komplett an die Anteilseigner ausgekehrt. Die Dividende beläuft sich auf 26,5 Prozent auf die Einlage. Die Partnerversammlung mit Vorstellung des Geschäftsabchlusses findet im Rahmen der Shoes in Düsseldorf am 3. März 2024 statt.

ANZEIGE



**Daten des gesamten Marktes**  
**Schnelle Auswertungen**  
**Cashback für Datenlieferanten**  
**Kostenloser Einstieg\***  
 \* für alle ECC-Kunden mit SPOCC-Vertrag

ERIX bietet ein benutzerfreundliches Erlebnis gepaart mit einfacher Navigation und übersichtlicher Darstellung der Daten. Die wertvollen Einblicke und Bewertungen helfen, fundierte Entscheidungen zu treffen.



**European-Clearing-Center (ECC)**  
[www.ecc-online.net/erix](http://www.ecc-online.net/erix)  
[vertrieb@ecc-online.net](mailto:vertrieb@ecc-online.net)  
 02389 / 9270202

# COZY GLAM MEETS QUIET LUXURY

Die Damenmode im Herbst/Winter 2024/2025



*Kuschel-Look trifft auf Glamour, Tailoring auf Lässigkeit – die neue Mode in der Saison Herbst/Winter 2024/25 steht im Zeichen gegensätzlicher Looks, die eines gemeinsam haben: Wertigkeit gepaart mit selbstbewusster Femininität. Ein spannender Mix aus Bewährtem und Neuem prägt das Modebild im kommenden Herbst und Winter. Viel ist die Rede von „Quiet Luxury“, von „Beruhigung“, von „Vernunft“ und „Transsaisonalität“ – so viel, dass man beinahe auf die Idee kommen könnte, dass es an neuen Ideen und Modemut fehlen könnte. Doch: Die neuen Looks sind alles andere als langweilig, denn prägnante Oberflächen, vielseitige Layerings, kontrastreiche Proportionen, akzentuiert eingesetzte Powerfarben und alltagstauglicher Glamour setzen spannende Akzente und setzen sich über Grenzen hinweg.*



Sichtbar wird diese in erster Linie an fließenden Übergängen von maskulinen und femininen Elementen, von Casualwear und City- oder Businessmode. Neue weite Hosenformen setzen sich im Mix mit scharf geschnittenen Blazern, neuen Westen, Gilets und Blusen gepflegt und edel in Szene. Feincord verleiht Hosen und Röcken einen neuen, soften Look. Hoodies gibt es nun auch in schick in wertigen Materialien und leichten Strick-Qualitäten. Apropos Strick: Pullover, Cardigans und Pullunder sorgen für das nötige Maß an Lässigkeit, die dennoch wertig und edel rüberkommt. Leder ist in den neuen Herbst- und Winterkollektionen ein wichtiges Thema: Hosen, Blazer, Röcke und Mäntel in Echtleder oder pflegeleichten Lederoptiken haben einen großen Auftritt. Groß ist die Bandbreite an Röcken: Sie reichen entweder bis zum Knöchel in Bleistiftform, sind weit und wadenlang, oft mit Falten oder applizierten Stoffstreifen für grafische Effekte oder zeigen sich in Mini-Silhouetten in klassischen Woll-Stoffen, aber auch häufig mit Glencheck-, Tweed- oder Karo-Styles. Fließende Satin-Röcke, die mit grob gestrickten Pullovern lässig in Szene gesetzt werden, gehören ebenfalls zu den Key Items. Als Symbol für



„Stiefel **zeigen** sich in verschiedenen Varianten, von **rustikalen mit Schnallen** und Gamaschen-Elementen bis hin zu eleganten Modellen mit **Denim** und **Drapage-Details**.“

klassischen Schick sind Blusen absolute Aufsteiger. Als Hemden haben sie häufig eine maskuline Schnittführung, werden jedoch durch feminine Elemente wie elastische Seide, Schluppen, Stickereien, Tüll oder Lurex-Effekte aufgewertet. Im Fokus stehen auch cleane Versionen in Weiß oder im Streifen-Dessin.

Für die kalten Tage draußen sind gebürstete Wolle, Strick, Fell und Stepp nach wie vor unverzichtbar. Lange Schals, wollige Mützen, Puffercoats und -Westen in langen Schnitten gehören ins Bild dieses urbanen Outdoorlooks. Wieder zurück sind klassische Wollmäntel als Zeichen moderner Lässigkeit.

### SCHUHE

Sicherlich ist es der Situation geschuldet, dass die Schuhmode ebenso wie die DOB eher auf Evolution denn auf Revolution setzt. Und als gesetzt gilt auch, dass bewährte Styles aus dem diesjährigen Herbst und Winter mit innovativen Materialien und in neuen Farbtönen weiterentwickelt werden. Zu den Highlights gehören Biker- und Combat-Booties, die mit rustikalem Leder und wolkigen Vintage-Brushings für einen neuen Look sorgen. Stiefel zeigen sich in verschiedenen Varianten, von rustikalen mit Schnallen und Gamaschen-Elementen bis hin zu eleganten Modellen mit Denim und Drapage-Details. Langschaftstiefel bleiben ein Muss, ebenso wie Stiefel mit fluffigen Fellen oder Cowboy-Boot-Elementen. Chelsea-Boots werden weiter variiert, während Desert Boots mit femininen Details wie Blockabsätzen auftrumpfen.

Trekking-Boots erfahren ebenfalls Neuinterpretationen von elegant bis rustikal. Slipper und Loafer werden vielseitig gestaltet, ebenso wie Hybridformen von Schnürschuhen bis Ballerinas. Neu und hot sind klassische Schnürer mit aufgestellten Mokassin-Nähten. Herrenschuh-Typen im englischen Stil mit Flügelkappen und Lyralochungen und Monks ergänzen die maskulin-klassische Range. Gleichwohl gewinnen Pumps an Bedeutung und werden mit extravaganten, skulpturalen Absätzen und innovativen Details sehr neu interpretiert, während Party-Heels mit Dekorationen wie Kristallen und Federn glänzen. Sneaker bleiben – obwohl immer

wieder totgesagt – ein wichtiger Trend, mit neuen Hybriden und metallischen Details erhalten sie einen glamourösen Look. Oberflächenvariationen reichen von galaktischem Glanz bis hin zu gebürstetem Leder, Velours und winterlichen Tweed-Mustern. Metalldekorationen und Nieten verleihen den Schuhen Statement-Charakter, während Strasssteine und Spiegeldekor für Partyglam sorgen.

Nadine L'Allemand

### DIE FARBEN

Die Farben für Herbst und Winter bringen Neuigkeitswert in die Kollektionen. Farbe wird dezenter und sparsamer eingesetzt. Helle Töne sind wichtig und werden monochrom kombiniert. Dazu gehören ein kühles Schneeweiß, Sahne, Perlgrau, Mandel, Nougat, Opal, Silber, Gold und Apricot. Eine weitere Farbgruppe umfasst Erdtöne wie Khaki, Taupe, Camel und Rehbraun. Kräftige Farben wie Rot, Pink, Cyc-lam oder Night Blue werden als Akzentfarben oder in sportiven Sneaker-Kollektionen eingesetzt. Unverzichtbar aber ist cooles Schwarz, das über die Materialien von matt zu glänzend immer wieder eine komplett neue Wirkung entfaltet.

### DIE MATERIALIEN

In dieser Saison spielen Materialien die entscheidende Rolle, um bekannten Looks einen neuen Dreh zu geben. Von klassischem Leder in verschiedenen Ausführungen wie Nappa, Lack, Velours und Nubuk bis hin zu gemütlichen Wolle-Varianten wie Wolle, Filz, Merino und Knits – die Auswahl ist vielfältig. Für einen tierfreundlichen Look gibt es auch Fake Fur-Optionen, darunter Teddy, Plüsch und Fellimitat. Nylon ist ein weiteres beliebtes Material, das in Pufferjacken, gesteppten Designs und wattierten Stoffen zum Einsatz kommt. Hightec Knitting hingegen präsentiert sich in Form von Mesh, Nylon und gestrickten Stretch-Materialien, die sowohl funktional als auch stylisch sind. Fantasy-Prints und Kroko-Prägungen, Glencheck und Nadelstreifen setzen klassische Akzente.



# COOL TAILORING

Jede Menge „new Shoes“: Ballerinas mit spitzen oder verrundeten Leisten spielen auch im kommenden Herbst und Winter eine wichtige Rolle. Daneben gewinnen maskuline Modelle an Bedeutung. Stiefeletten zeigen sich feminin-verschlankt als perfekte Partner für weite Hosentypen.



MARKANT UND SPORTIV:  
NEUER MASKULINER SCHNÜRER  
*Apple of Eden*



SPITZ UND FILIGRAN:  
DIE DEZENTE SCHLEIFE  
SETZT FEINE AKZENTE  
*Aigner*

NEU INTERPRETIERTER  
KLASSIKER MIT MASKULINER  
ATTITÜDE  
*Caprice*



GLÄNZENDER AUFTRITT  
FÜR DEN EDLEN SPANGEN-  
BALLERINA  
*Café Noir*



HARMONISCHES FARBSPIEL  
FÜR ELEGANTE BALLERINAS.  
*Högl*



Windsor





**IGI&CO**<sup>®</sup>  
*made in Italy* 

Wir  
sind,  
was  
wir  
sind.

*KOMME UND ENTDECKE DIE NEUE KOLLEKTION HERBST/WINTER 2024-25*

**ANWR ORDER WINTER No. 2,**  
*MAINHAUSEN 12. BIS 13. MÄRZ*



**#WIRSINDWASWIRSIND**



Cinque

# SOPHISTICATED COZYNESS

Zwischen Techno-Glanz und Kuschel-Fell: Stiefel, Snowboots und Sneaker punkten mit warmem Innenleben und haarigen Optiken. Fell konkurriert mit wattiertem Volumen und sorgt für stylish warme FüÙe.



LÄSSIGER MATERIAL-MIX FÜR KOMFORTABLE BOOTIES  
*Caprice*



COMFORT MEETS FUNCTION: LÄSSIGER HIGHTOP-SNEAKER MIT NEUEN HIKING-DETAILS  
*Asportuguesas*



GLAMOURÖS: FEINER METALLIC-SCHICK FÜR WARME SNOW BOOTS  
*Bogner*



FELL GEFÄLLT: PLATEAU-STIFELETTE IM TEDDY-TOTAL-LOOK  
*Inuikii*



CLEANER VELOURS-LEDER-BOOTIE MIT WARMEM INNENLEBEN  
*Apple of Eden*





## NEW HERITAGE

Neue Loafertypen mit volumigen Sohlen, Stiefeletten mit blockigen Absätzen und Langschaft-Stiefel mit geradem Schaft sind die Alternative für City und Business und unverzichtbar als Gegengewicht zu markanter Sportivität.

DIE MARKANTE SOHLE VERLEIHT VOLUMEN UND LÄSSIGKEIT

*Aigner*



BIKE IS BACK: EDLER BOOT MIT GERADEM SCHAFT UND DEKORATIVEN SCHNALLEN

*Gabor*



URBANE COLLEGE-STYLE MIT BLOCKIGEM HIGHHEEL UND MARKANTER SOHLE

*Högl*



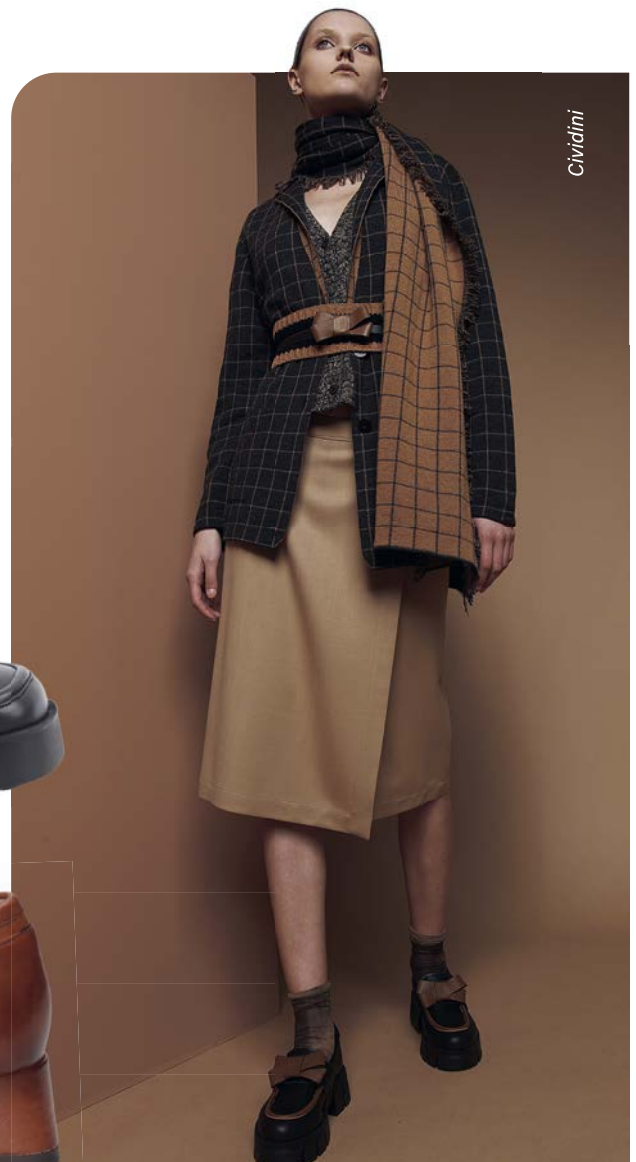
LOAFER LOVE: MIT BLOCKABSATZ UND ANGESAGTEM FELL-DETAIL

*Apple of Eden*



KLASSIK IS BACK: LÄSSIGER LOAFER MIT FRANSEN UND KETTE

*Caprice*



# DENIM DELIGHT

Der All-Denim-Trend ist zurück. Beliebter Kombipartner sind Westernboots, die sich allmählich auf breiter Basis durchzusetzen scheinen. Stickereien, angeschrägte Absätze, Schnallen, Materialkombinationen und Metallic-Leder erhöhen den Glam-Faktor.

Marc Cain



WESTERNBOOTS  
MIT ULTIMATIVEM GLAM-  
FAKTOR  
*Gabor comfort*



GENIETET: COOLER  
WESTERN-STYLE  
*Apple of Eden*



GESTAUCHTER SCHAFT:  
NEUE OPTIK FÜR KLASSISCHE  
WESTERNBOOTS  
*Barbour*



GO WEST: BOOTS MIT  
TONALEN STICKEREIEN  
EROBERN DIE FASHION-PRÄRIE  
*La Strada*



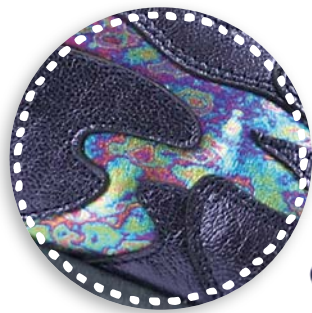
SILBERGLANZ FÜR  
KLASSISCHE STIEFELETEN  
MIT HOHER SPRENGUNG  
*Lloyd*



SÜBLILER GLAMOUR  
FÜR FLACHE RIEMCHEN-  
BALLERINAS  
*Högl*



GOLDENE ZEITEN:  
PLATEAU-STIEFELETTE IM  
70IES-STYLE  
*Gabor*



PARTYTAUGLICH:  
MARKANTER SNEAKER IN  
ANGESAGTER FARB- UND  
MATERIALKOMBINATION  
*Apple of Eden*



FILIGRAN & FEMININ:  
EDLE STIEFELETTE MIT FEINEM  
GLANZ  
*Floris van Bommel*

## GLAM & SHINE

Glimmer und Schimmer sind längst nicht mehr nur der Abendmode vorbehalten, auch im Alltag sind glamouröse Highlights wichtig: Glanz mal all over, mal subtil eingesetzt, sorgt für eine neue Femininität – und das sogar bei Sneaker-Typen.

SPARKLING TIMES:  
STRASS ALLOVER FÜR  
FEINE BOOTIES  
*La Strada*



# MODELLESKECHERS



» 180157 - SWITCH BACK  
Slip-in mit Air-Cooled Memory Foam.



» 125234 GO WALK 7 - BLINK  
Dieser schnürsenkellose, vegane Laufschuh verfügt über ein Stretch Fit-Obermaterial aus technischem Strick mit Strasssteinverzierungen.

177104 UNO - GALACTIC GAL «  
Modischer Schnür-Sneaker aus Metallic-Leder mit atmungsaktiver Skechers Air-Cooled-Einlegesohle mit hoher Rückpralldämpfung.



» 183004 UNO - SUITED ON AIR  
Klassische Jogger zum Schnüren mit Skechers Air-Cooled Memory Foam-Innensohle und sichtbarer Skech-Air Airbag-Zwischensohle.

232447 SKECH-AIR VENTURA - VANDERWAY «  
Der vegane Hands Free Slip-in ist mit dem exklusiven Heel Pillow ausgestattet und verfügt über ein Obermaterial aus Mesh und Synthetik sowie eine Stretch-Schnürung.



» 302298L UNICORN CHASER  
Der beleuchtete Einhorn-Riemen-Sneaker mit Regenbogen-Glitzer-Print verfügt über eine Ein/Aus-Taste.

400604L S-LIGHTS: VORTEX 2.0 «  
Leuchtschuh aus Mesh und Synthetik mit Stretch-Schnürsenkeln, Ristriemen, Skechers Adaptive Closure für eine individuelle Passform und gepolsterter Einlegesohle.





## MODELLESUPERFIT

# SHOEZ

## >> SCHAU



### >> FLAVIA

Durch den praktischen Dreiklettverschluss lässt sich der Winterboot schnell und easy an- und ausziehen. Das flauschige Kunstfellfutter sorgt für den extra Kuschelfaktor.



### >> GROOVY 2.0

Zum zehnjährigen Jubiläum bekommt der Superfit-Klassiker ein Update: Die überarbeitete Sohle ist jetzt noch flexibler, dynamischer und moderner.



### >> SUPIES

Supies sind die Trendsetter unter den Kinder-Sneakern: Die Styles überzeugen mit Effektleder und Glanzfolienbeschichtung.



### >> KONG

Der Think!-Klassiker Kong in einem neutralen Pepperton definiert urbane Natürlichkeit neu.

### NOLA <<

Die neue Think!-Gruppe Nola erlebt als ehemaliger Bestseller eine Neuauflage als Stiefelette mit Blockabsatz und coolem Ombre-Finish.



## MODELLETHINK!

## MODELLELEGERO

### ANGELINA <<

Feminine Stiefelette mit eingesetzter, keilförmiger Elastik, die sich jeder Wadenweite flexibel anpasst. Das Gore-Tex-Innenfutter und die rutschfeste Sohle machen Angelina wintertauglich.



### LOVELY <<

Moderner Halbschuh in legerer Casual-Optik. Metalleffekte setzen den Fuß modisch in Szene, die chromfrei gegerbte Lederinnensohle sorgt für Komfort.



# TRENDS UND STIMMEN AUS DER BRANCHE

## INGO HÄNEL GESCHÄFTSFÜHRER SCHUH-BECK

### *Wird es wieder „angezogener“ in der Schuhmode?*

Auch wenn ich mir das persönlich wirklich sehr wünsche – auch die abgelaufene Saison hat wieder gezeigt, dass nach wie vor „sportlich“ zählt und über allem steht. Wir haben zwar auch im Business-Bereich der Herren sehr gute Zahlen geschrieben; hier handelt es sich aber um anlassbezogene Anschaffungen und nicht um einen „neuen Trend“ – leider. Der Casual-Look und die Sportlichkeit der Outfits wird wohl noch weiter anhalten. Eine Trendwende sehe ich da noch nicht – und wenn, dann wird sie wohl eher langsam kommen anstatt mit einem „Knall“ von einer auf die andere Saison.

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

Funktion ist ein immer wichtigeres Verkaufsargument. In Zeiten, in denen das Argument „Mode“ auch mal schwächelt, weil es nicht das EINE Must-Have-Piece gibt, das jeder haben muss, dreht sich das Verkaufsgespräch mehr denn je um Funktion und um das, was der Schuh kann. Hier haben meines Erachtens auch wirklich unheimlich viele Hersteller Gas gegeben und packen die Schuhe voller Funktion – und das kommt bei den Kunden sehr gut an. Das Thema Funktion hat eine enorme Bandbreite und reicht von Stretcheinsätzen über einzelne oder sogar doppelte Reißverschlüsse (ergänzend zu einer Schnürung), Wechselfußbettungen oder auch ganz neu die Slip-In-Technologie von Skechers. Alle diese Funktionen bieten dem Verkaufspersonal eine Super-Story und einen guten und leichten Einstieg ins Verkaufsgespräch.

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

Absolut! Wo soll man sich denn sonst informieren? Klar schreiben wir vieles, was für uns fest gesetzt ist und sozusagen „Brot und Butter“ darstellt, in unseren Orderzentren. Aber wo soll man denn neue Brands sehen, neue Kollektionen oder neue arrondierende Sortimente? Wir brauchen Messen unbedingt. Sonst wird die Uniformität der Branche nicht mehr aufzuhalten sein. Und wir brauchen diese Messen übrigens nicht nur, um von Stand zu Stand zu ziehen

und nur Schuhe, Schuhe, Schuhe zu schreiben. Sondern wir brauchen diese Messen auch, um uns in unseren Netzwerken zu treffen oder diese aufzubauen – oder um einfach mal von Entscheider zu Entscheider zu sprechen, mal neue Konzepte durchzusprechen oder gemeinsam zu planen – und auch mal, um gemeinsam zu lachen und Spaß zu haben. Das ist doch sonst alles viel zu ernst. Und Messen leben ja auch von positiven Stimmungen und können diese auch selber erzeugen. Ich bin bekennender Messe-Fan.

### *Wie wird sich das Ordervolumen für die neue Saison entwickeln?*

Es wird – glaube ich – flächendeckend erst einmal kleiner. Alle Vertriebskanäle haben weniger Paarzahlen verkauft (egal ob stationär oder online) – zum Glück oft bei höheren erzielten Verkaufspreisen. Aber die Lage in Deutschland macht im Moment noch keinen Mut, an eine total gelöste Verbraucherstimmung in der zweiten Jahreshälfte zu glauben. Insofern wird – auch oftmals mit großen Restlägern im Rücken aus der abgelaufenen Saison – große Vorsicht und Zurückhaltung wohl auch noch einmal diese Orderrunde dominieren in den Limits und im Einkaufsverhalten. Auch glaube ich, dass noch einmal eine echte Konzentration der Limits auf die Fabrikate und Trends stattfinden wird, die entweder in der Vergangenheit auch in dieser schwierigen Saison überdurchschnittlich performt haben – oder auf Fabrikate, die echten Mehrwert und attraktive Neuigkeiten zu bieten haben. Und mit „Mehrwert“ meine ich zum einen die Ausstattung und die Markenaussage der Kollektion, zum anderen aber auch ganz klar einen betriebswirtschaftlichen Mehrwert für den Händler, der diesem auch in Zeiten kleiner Limits die Neulistung eines bisher nicht geführten Fabrikats einfacher macht. Die „Spielgeld“-Limits innerhalb des Gesamtlimits dürften erheblich kleiner geworden sein. Bei uns haben in dieser Saison leider viele von den „Test-Spielereien“ bzw. der Sahnehäubchen nicht den Geheimtipp-Effekt erfüllt.

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

Grauslig.

„...wir brauchen diese Messen auch, um uns in unseren Netzwerken zu treffen oder diese aufzubauen“





# Think! vereint Natürlichkeit mit handwerklichem Charme.

Natürliche Schönheit im Design und bei den Materialien sowie nachhaltige Handwerkskunst prägen die Schuhkollektionen des österreichischen Nachhaltigkeitspioniers Think!. Getreu dem Leitsatz "100 % Made in Europe" steht Think! für Qualität, Transparenz und soziale Verantwortung. Schuhe von Think! werden ausschließlich in Europa, mit europäischen Partnern gefertigt. Sorgfältig ausgewählte Materialien und beeindruckende Effekte garantieren Umweltverträglichkeit und setzen spannende Akzente.

## Glänzende Aussichten: Die Herbst/Winter Kollektion 2024

Die Herbst/Winter 2024 Kollektion vereint Urbanität und natürliche Einflüsse in einer einzigartigen Symphonie aus modernem Charme und rustikalem Design. Metallische Nuancen, glänzende Finishes und raffiniertes Patchwork machen jedes Think! Paar zu einem Unikat. Weiße Sneaker-Kombinationen bleiben, speziell bei den Herren, ein absolutes Muss, während sich bei den Damen der Trend zu Glanz und feinen Optiken in vielen beeindruckenden Effekten wiederfindet. Die Farbpalette reicht von femininem Barolo über kräftiges Petrol bis zu neutralem Pepper.

„Die Herbst/Winter Kollektion 2024 spiegelt die große Liebe zum Detail und die Leidenschaft für das traditionelle Schuhmacherhandwerk wider, die alle Think! Schuhe auszeichnet. Von eingefärbten Schuhbändern bis hin zu kunstvollen Ombre-Absätzen - absolut nichts wird dem Zufall überlassen“, erklärt Christoph Mayer, Geschäftsführer Think!.



**CHRISTOPH MAYER**  
Geschäftsführer Think!

**MARCUS DANIEL**  
Think! Vertriebsleiter  
Deutschland.

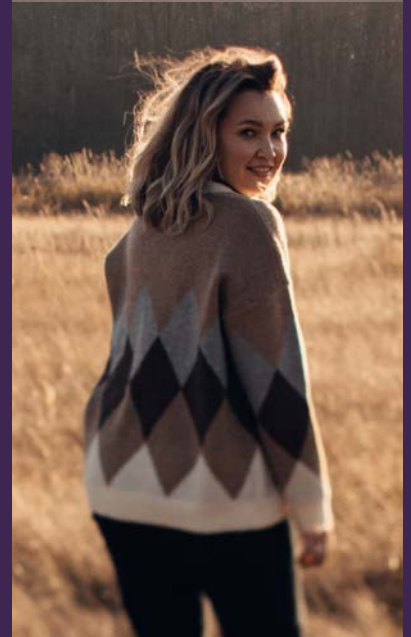
## Nachhaltig modisch: Recyceltes Nappa-Leder

Nachhaltigkeit ist für Think! kein Trend, sondern ein grundlegendes Prinzip, das in jedem Paar Schuhe sichtbar wird. Die Integration von recyceltem Nappa-Leder zeigt das Engagement für innovative, umweltfreundliche Qualitäten. Das recycelte Leder, unter anderem gewonnen aus Produktionsresten, besteht zu 50 % aus PELLE REC, zu 30 % aus PU und zu 20 % aus PET. Es erfüllt den Global Recycled Standard und findet erstmals in der Herbst/Winter 2024 Kollektion Anwendung.

„Unsere Vertriebsphilosophie gründet sich auf der Überzeugung, dass eine vertrauensvolle Beziehung zu unseren Kundinnen und Kunden durch Transparenz und kompromisslose Qualität entsteht. Auf diesem Fundament bauen wir nicht nur Kundenzufriedenheit, sondern langfristige Begeisterung für die Marke Think! auf“, sagt Marcus DANIEL, Think! Vertriebsleiter Deutschland.

# Think!

for your self.



Für alle, die  
die Vielseitigkeit  
des Lebens schätzen.

[www.thinkshoes.com](http://www.thinkshoes.com)

## CINZIA MAAG, CEO INUIKII

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

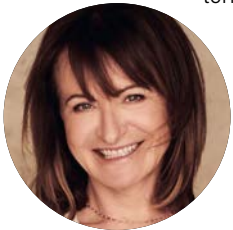
Sneaker werden für Inuikii eine zunehmend wichtigere Rolle spielen. Aktuell sind wir bei vielen als „Winterbrand“ und deshalb für unsere Winterschuhe bekannt. Unsere Sneaker- und Sommerkollektion gerät dabei etwas in den Hintergrund. Das wollen wir künftig ändern und als 4-Season-Brand wahrgenommen werden, ohne dabei den Fokus auf unser starkes Winterangebot zu verlieren.

### Welche Themen haben in der gerade abgelaufenen H/W-Saison besonders gut funktioniert?

Am stärksten funktionierten unsere Classics; hier vor allem der Classic Sneaker sowie die neuen Styles Classic Sneaker Low und Classic Sneaker Platform. Erfreulicherweise kam auch die Winterversion des ikonischen Matilda Sneaker, der Matilda Endurance Shearling, sehr gut an. Zudem stellen wir ein größeres Interesse an unseren Fashion-Items fest, sprich, an den ausgefalleneren Styles. Bei den Farben waren es vor allem Beige, Schwarz und Taupe, die besonders gut liefen.

### Wie wichtig ist das Thema Funktion?

Das Thema Funktion spielt gerade bei Inuikii eine sehr zentrale Rolle. Da der modische Aspekt nicht fehlen darf, verbinden wir seit jeher Stil mit Funktion und leben Luxus vor allem durch Komfort und hochwertige Materialien. Da die Nachfrage für funktionale Boots groß war, werden wir für die kommende Saison unsere Technical Styles erweitern. Das sind Styles, die aufgrund ihres Profils und Materials besonders auf Funktion ausgerichtet sind. Hier bauen wir vor allem auf unserem Classic Boot auf, den wir neu interpretierten. Die daraus entstandene Mountain Line wird eine unserer Fokuslinien sein. Diese zielt auf schneereiche (Berg-)Regionen. Ergänzt wird diese Linie von weiteren bestehenden Modellen, die wir zusätzlich zu Technical Styles weiterentwickelt haben, wie etwa der Classic Sneaker Platform.



## JAN BRINKMANN, DIRECTOR SHOES, MARC O'POLO

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

Schwarz bleibt die wichtigste Farbe der Saison. Brauntöne spielen in diesem Jahr eine wesentlich wichtigere Rolle als sonst. Natürliche Beige-Schattierungen, Cognac bis hin zu tiefem Coffee Brown. Auch Grautöne sind für uns essenziell.

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

Wir setzen verstärkt auf das Thema „Ageless Modernity“ mit modernen Silhouetten. Wir werden Schuhe aus eleganterem Leder anbieten und allgemein einen angezogeneren Look verkörpern. Besonders im Fokus stehen weiterhin Chelsea Boots und Schnürboots aus Velours- und Glattleder. Marc O'Polo-Must-Haves bei den Frauen sind weiterhin Langschaftstiefel, die sich bereits in HW 2023 mit einer guten Performance bewiesen haben.



## Cafè Noir: Reißverschlüsse als Eye-Catcher

Die italienische Marke Cafè Noir präsentiert zum Saisonauftakt H/W 2024/25 eine vielseitige Kollektion. Lackdetails werden gezielt für den femininen Look eingesetzt, sowohl an Stiefeletten als auch an Ballerinas. Verschiedene Schafthöhen bei Stiefeln und Stiefeletten kommen in satten Tönen wie Oliv, Bordeaux und Salbei daher. An den Outdoor-Look angelehnte Elemente wie derbe Sohlen und Schnürungen wirken feiner durch den Einsatz von Rauleder und zarten Glitzerdetails.



Zu den Eye-Catchern gehören große Reißverschlüsse sowohl an Biker Boots als auch an Sneakern. Taschen runden die Damenschuhkollektion ab.

Bei den Herrenschuhen stehen nach wie vor Sneaker im Fokus.

## MATTHIAS RODEMEIER, Head of Customer Offer & Inventory Management, Tamaris

### Welche Trends prägen die Schuhmode im kommenden Herbst/Winter?

Wir sehen das Thema Biker über verschiedene Silhouetten, beispielsweise mit markanten Blockabsätzen und als Multibuckle-Modell, als sehr relevant an. Ein weiterer Trend sind Snow Boots, ob mit Nylon oder in Doubleface-Optik. Warm gefütterte sportive Styles sind ein Must-Have.

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

Casual Looks sind generell sehr gefragt. Bei den Halbschuhen sind das Loafer, Derbys und Trotteure, die als neue Botschafter des Business-Looks gelten. Die Tendenz geht klar Weg von hohen Absätzen, hin zu selbstbewusster Office-Garderobe mit maskulinem Einfluss.

### Welche Themen haben in der gerade abgelaufenen H/W-Saison besonders gut funktioniert?

Modisch gesehen waren Western und Snow Boots die klaren Gewinner und sehr stark nachgefragt. Zudem haben sportive Warmfuttermodelle sehr gut funktioniert.

### Wie wichtig ist das Thema Funktion?

Das Thema Funktion spielt in unserer Kollektion eine wichtige Rolle. Unsere Kooperation mit Gore-Tex stellen wir dabei in den Fokus.

### Welche Trends prägen die Schuhmode im kommenden Herbst/Winter?

Wir würden es nicht als Trends bezeichnen, sondern Keywords, die wir für uns als Leitfaden sehen und nach denen wir unsere Styles kreieren. Von Comfort and sophisticated Serenity, Premium Simplicity, Ageless Modernity zu Love for Details. Also eine modern casual Ästhetik, in der Komfort und Stil miteinander im Einklang sind. Alles in Allem liegt der Fokus auf Qualität und Langlebigkeit unserer Produkte.





## Gabor: Trend Richtung Klassik



Nach einer farbenfrohen Sommersaison kehrt im Herbst und Winter 2024 etwas Ruhe ein. Der Trend geht wieder mehr in Richtung Klassik. Neue, moderne Business-Looks zeigen sich mit angesagten Loafers. Aufsteiger der Saison sind Ballerinas in frischen Designs. Glanz- und Lackmaterialien, Metallic-Farben sowie Strassverzierungen sind schimmernde Highlights. Themen wie Western bringen mehr Coolness. Neue breite Sohlenformen kreieren einen lässigen Style.

### Stiefeletten und Stiefel

Elegante Boots zaubern in dieser Saison klassisch schöne Looks. Weite Hosenformen sind weiterhin beliebt, passend dazu sind schicke Plateau-Absätze. Western-Boots zeigen sich noch vielseitiger in verschiedenen Schaft- und Absatzhöhen, sowie neuen Farben und Designs. Neu sind auch sogenannte Gaucho Boots: Mit etwas derber Form und Schnallen sind sie würdige Nachfolger der Combat Boots. Lässig präsentieren sich die neuen Chelseas mit farbigen oder gemusterten Stretch-Einsätzen.

### Sneaker

Sneaker zählen auch im Herbst zu den absoluten Favoriten. Ins Auge stechen Sneaker mit kleinem Keilabsatz aus besonders leichtem EVA. Auch Schalensohlen sind weiterhin gefragt. Dekoriert mit schönem Metallschmuck bekommen die sportlichen Schuhe einen eleganten Charakter.

### College, Loafers und Dandys

College bleibt in der H/W-Saison ein bedeutendes Thema. Loafer sind sowohl in eleganten Schnitten als auch mit blockigen Sohlen modern. Mit Applikationen aus Metall oder Leder werden sie zusätzlich aufgewertet. Dandys kommen mit feinen Sohlen und klassischen Lochmustern.

### Ballerinas und Pumps

Elegante Schuhmode erlebt einen Aufschwung. Auffällig ist das Comeback der Ballerinas. Schicke Modelle mit Chanel-Kappe oder klassische Mary Janes mit Spangenschluss sind jetzt gefragt. Pumps mit Dégradé-Absatz ergeben einen harmonischen Look.

ANZEIGE

## JOHANNA FERNER UND BERND SCHNEIDER, CATEGORY MANAGEMENT, SABU



### Welche Trends prägen die **Schuhmode** im kommenden Herbst/Winter?

Das Thema Western hat besser funktioniert als von vielen vermutet. Hier sind neue Modelle in vielen Preislagen dabei, die Weiterentwicklung davon ist Biker. Und der Trend „Warmfutter“ ist in jeder Kollektion sichtbar gewesen. Von klassischen warmgefütterten Schnürboots bis zum modischen warmen knöchelhohen Bootie mit Curly Fur.



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

Sneaker ist mittlerweile ein Langzeittrend und aus keiner Kollektion mehr wegzudenken. Wichtig ist für HW auch die Farbe Weiß/Ecru. Oder Weiß/Ecru kombiniert. Viele Kollektionen orientieren sich mittlerweile mehr oder weniger stark an den Topmodellen der großen Sportmarken.

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

Das Farbthema „Schwarz“ ist ein starkes Thema in den Kollektionen und wird breit gezeigt. Daher ist es wichtig, dass man Farbhilights schafft mit Braun und Cognac, Grüntönen und Rotnuancen.

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

Das Thema Pumps und Highheels ist wichtig für das Modethema „neue Smartness“. Hierbei ist zu beachten, dass es nicht unbedingt die klassischen Pumps sind, die gefragt sind, sondern neue Pumps und Highheels auf blockigeren Absätzen.

# HOLEN SIE SICH MIT UNS DIE BESTEN SCHUH-TRENDS IN IHR SCHAU- FENSTER.

Ihr starker Partner im Hintergrund


**SABU** SCHUH & MARKETING GMBH®

## STEFAN LIST, Product Manager Women, Lloyd Shoes



Wir sehen einen deutlichen Trend hin zu noch mehr Formalität und einem generellen formellen Auftreten. Das bedeutet weniger Sneaker- und dafür mehr Loafer-

Silhouetten. Beide pimpen wir über ange-sagte Metallics und Colour Blocking auf – die Klassik erhält darüber ihre neuen Twists. Auch kommen Broguing-Lochverzierungen, wie wir sie von klassischen Herrenschuhen kennen, in die Damenwelt zurück. Feminin interpretieren wir unsere Styles wiederum durch höhere Absatzsprengungen über die gesamte Kollektion hinweg – sowohl bei Loafers, Schnürern, als auch Stiefeletten.

## Sioux: Stylisher Komfort

Die Sioux-Kollektion umfasst eine vielfältige Auswahl für Damen und Herren mit markanten Boots, Casual-Schnürern, Retro-Sneakern und Comfort-Styles. Schnür-Stiefeletten, Chelsea-Booties und Stiefel zeichnen sich durch markante Profilsohlen aus. Verschiedene Fütterungen, von Funktionstextil über Tex-Membranen bis hin zu Lammfell-Futter, unterstreichen die Vielfalt und Funktionalität. Die herausragenden Merkmale sind auswechselbare Fußbet-tungen mit Supersoft-Dämpfung sowie extra-leichte Luftpolstersohlen.



ANZEIGE



## ERIX<sup>2</sup> – Die neue, cloudbasierte Datenbank für den Schuhmarkt

ERIX<sup>2</sup>, die neue cloudbasierte Datenbank, ermöglicht umfassende Auswertungen des gesamten Schuhmarktes. Mit ERIX<sup>2</sup> wird die Analyse von Marktinformationen schneller, effizienter und zugänglicher denn je.

ERIX<sup>2</sup> bietet umfassende Übersichten über Trends, Verkaufszahlen und Markenpräsenz im Schuhmarkt. Die Datenbank zeichnet sich durch ihre Geschwindigkeit, Zuverlässigkeit und Benutzerfreundlichkeit aus, was sie zu einem unverzichtbaren Werkzeug für Entscheidungsträger

und Fachleute im Schuhhandel macht. „ERIX<sup>2</sup> markiert einen Meilenstein im Schuhhandel, da es das Potenzial hat, den Markt vollständig, mit all seinen Teilnehmern abzubilden“, sagt Stefan Nicolai, CEO vom ECC. „Dank der detaillierten Auswertungen können Unternehmen nicht nur auf aktuelle Markttrends reagieren, sondern auch langfristige Einkaufsstrategien auf Grundlage fundierter Daten entwickeln.“

ERIX<sup>2</sup> bietet ab März völlig neue Möglichkeiten, den Markt zu analysieren.

## Sebago: Classics in neuem Gewand

In der aktuellen Herbst-Winterkollektion 2024/25 interpretiert die US-Brand Sebago bewährte Klassiker neu. Von fellbezogenen Cityside-Loafers als geschlossene Sandale über den „Kara Women“ aus Lackleder bis hin zu dem klassischen „Dan“ mit Absatz oder dem wasserfesten „Dakota“ aus der Campsides-Reihe in drei Farbvarianten – die neuen Klassiker bereichern die Kollektion.



Auf welche Farbtönen fokussieren Sie sich in der kommenden Saison? Der Winter zeigt Erdtöne, Waldtöne und im Sneaker-Bereich können wir ohne Weiß nicht leben. Wir kombinieren mit fröhlichen, lauten Farben.

## FRANCA STAHL, FASHIONCENTER GMBH (LOTTO), MARKETING/PR

Was sehen Sie als größte Herausforderung in der kommenden Orderrunde?

Wir wollen unsere neue Brand Lotto erfolgreich am Markt positionieren. Aus dem Handel haben wir bereits positives Feedback zu unseren ersten Kollektionen erhalten.

Wie entwickelt sich das Thema der Sneaker weiter?

Insgesamt bleibt die Schuhbranche dynamisch und vielfältig. Dabei spielen Sneaker weiterhin eine wichtige Rolle. Sneaker sind Top-Styles. Es wird bunter, breiter, auffälliger. Die Spielwiese ist groß.

## BLUNDSTONE: KERNIGE BOOTS

Die Blundstone-Kollektion H/W 2024/25 besteht aus dem bekannten Bestseller-Programm und saisonalen Neuheiten. Die Kollektion bietet eine große Auswahl an satten Brauntönen von Stout Brown bis Camel, von Schwarz bis Stahlgrau und auch Liebhaber von Rot, Blau oder Grün finden die passenden Boots. Blundstone bietet kernige Boots in verschiedenen Lederqualitäten wie Glatt-, Nubuk-, Antique-, Vintage- und Veloursleder. Für Veganer werden Klassiker als vegane Variante in Braun und Schwarz mit „Eurofins | Chem-MAP Vegan Verified“-Zertifikat angeboten.





## 4 FRAGEN

ANETTE TIEFEL, HEAD OF BUYING SHOES & ACC., SCHUH- UND SPORT MÜCKE

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

Weiterhin ein starkes Thema im Halbschuhbereich. Ungebrochen stark.

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

Schwarz und helle Sandtöne, Cognac, etwas Grau. Metallics sehe ich weniger.

Welche **Themen** haben in der gerade abgelaufenen H/W-Saison besonders gut funktioniert?

Nach wie vor waren derbe Sohlen sehr stark auf Schnürstiefeln und Chelseas. UGG und Dr. Martens sind superstark.

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

Ja, wir glauben an die Zukunft der Schuhmessen. Wichtig sind diese als Informations- und Inspirationsquelle. Verbessert werden könnten in meinen Augen die Verbindung von Schuhmessen mit zum Beispiel Textilien und weiteren Zusatzsortimenten.

Gehören zu den Skechers-Topsellern: Sneaker mit dunkler (BKK) und heller Sohle (BLK)



## WAS WIRD BEI SKECHERS WICHTIG?

Welche Trends prägen die **Schuhmode** im kommenden Herbst/Winter?

Metallic Uppers, kurze Stiefeletten, Naturfarben und Pastelltöne, Funktionsmaterialien und Comfort.

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

Funktionsmaterialien, Funktionslaufsohlen und Elemente, Retro-Optiken, Suede-Obermaterialien, modische, angezogene Sneaker und cleane Upper.

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

Topseller sind immer noch BBK (komplett dunkle Schuhe) und BLK (Schuhe mit dunklem Obermaterial und heller Sohle). Helle Farben wie Weiß und Natur, Matschtöne, Pastellfarben und monochrome Farben.

Welche **Schuhtypen** bieten in der kommenden Saison neues Potenzial?  
„Brown shoes“ mit sportiven Sohlen.

Welche **Themen** haben in der gerade abgelaufenen H/W-Saison besonders gut funktioniert?

Skechers Hands free Slip-ins, Sneakerboots bei Damen (UNO Rugged), monochrome Farben, Sneaker/Halbschuhe mit Funktion (Slip-Ins).

Wie wichtig ist das Thema **Funktion**?

Sehr wichtig, zum Beispiel bei wasserdichtem Obermaterial oder in der Lauf-Zwischensohle (AIR, Glide Step, Goodyear) bzw. auch generell (Slip Ins). Aber auch beim Innenfutter (Warmfutter/Warm Tech).

## CHRISTIAN KRENN, BEREICHSLEITER VERTRIEB HUMANIC

Welche Trends prägen die **Schuhmode** im kommenden Herbst/Winter?

In der bevorstehenden Herbst-/Wintersaison setzt sich insbesondere der Trend des Western-Stils fort, wobei Biker Boots eine führende Rolle einnehmen und jedem Look einen robusten und derben Touch verleihen. Ein weiterer Schwerpunkt liegt auf anspruchsvollen Details wie Nieten, Sohlen mit markantem Profil und auffälligen Schnallen, die den Schuhen eine individuelle Note verleihen. Auch Glitzerdetails werden wieder aufgegriffen, jedoch neu interpretiert – sie finden nicht nur auf eleganten, sondern auch auf derberen Stilen Anwendung, was für einen spannenden Kontrast sorgt. Auch Naturthemen, wie Felloptiken oder Animalprints, insbesondere in den Varianten Kroko oder Schlange werden uns in der kommenden Saison begleiten.

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

In der kommenden Saison liegt der Fokus auf vielseitigen Farbthemen, die eine breite Palette an Stilen und Stimmungen zeigen. Ein absoluter Klassiker, das zeitlose Schwarz, erfährt im Herbst/Winter ein Comeback. Nach den „hellen“ Jahren tritt Schwarz stärker denn je in Erscheinung. Dieser Farbtrend wird durch Edelsteinnuancen in kräftigem Rot oder Grün ergänzt. Neben dieser kraftvollen Farbgebung kommen auch sanfte Töne, die Ruhe und Bequemlichkeit ausstrahlen, ganz im Sinne

des Comfort Dressing auf. Hierzu zählen sanfte Pastelltöne und warme Beigetöne.

Welche **Themen** haben in der gerade abgelaufenen H/W-Saison besonders gut funktioniert?

Die Herbst-/Wintersaison 2023 war von robusten Boots mit Tex- und Lammfellausstattung stark geprägt, insbesondere von Marken wie Panama Jack oder Timberland. Auch sportlicheren Modelle wie unsere Midcut-Sneaker mit Tex-Ausstattung lagen ebenfalls im Trend. Besonders erwähnenswert ist der Erfolg unserer Eigenmarke Pat Calvin, insbesondere im Bereich Sneaker.

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

Die derzeitige Konsumstimmung wird in unserem Unternehmen durch eine Vielzahl strategischer Entscheidungen geprägt, die bereits im vergangenen Jahr zu Umsatzzuwächsen geführt haben. Unser Erfolg beruht auf einer umfassenden und kompetenten Beratung durch geschultes Fachpersonal sowie einem gut ausgebauten Filialnetzwerk mit über 200 Standorten in neun Ländern, das kontinuierlich wächst. Im Rahmen unserer expansiven Wachstumsstrategien planen wir insbesondere die Intensivierung unserer Präsenz in den Regionen Bayern und Baden-Württemberg.



## ROLLINGSOFT: ABROLLTECHNOLOGIE FÜR DAMEN UND HERREN

Die Marke Rollingsoft aus dem Haus Gabor ist bekannt für Schuhe mit einer besonderen Abrolltechnologie. Die abgerundete Sohle sorgt zusammen mit einem unter dem Mittelfuß eingearbeiteten Stabilisator für ein sanftes Abrollen, mehr Stabilität und ermüdungsfreieres Gehen. Schnellschnürungen oder seitliche Zips ermöglichen ein leichtes Anziehen. Stretch-Materialien schaffen Erleichterung bei Hallux Valgus. Wechselfußbetten sind auftritts-dämpfend und können einfach gegen eigene Einlagen getauscht werden. Die EVA-Sohlen sind super leicht und federn Stöße ab. Der Stabilisator stützt das Fußgewölbe und reduziert die Gefahr des Umknickens.



## Legero: Thema Nachhaltigkeit steht über allem

In der neuen Kollektion Herbst/Winter 2024 von Legero sorgen wattierte Silhouetten und sanfte Nappalederqualitäten für kuschelige Momente sorgen. Spannende Kontraste setzen Metalliceffekte und Glitzerdetails. Bei den Farben geben erdige Neutrals wie Giotto, Braun und Grau den Ton an. Sie werden durch Rosé-Nuancen abgerundet. Über allem steht das Thema Nachhaltigkeit mit Lederqualitäten „Made in Europe“, recycelten Textilien sowie Schnürsenkeln aus nachhaltigen Tencel-Lyocellfasern oder recycelten Senkeln. Erstmals dabei ist „Bliss“, ein komfortabler Allwetter-Sneaker in H-Weite. Ob aus textilem Material oder aus Nubukleder – der wetterfeste Sneaker verfügt über eine Gore-Tex-Ausstattung. Aufwendige Ziernähte verleihen dem Schuh einen modischen Touch. Beim Halbschuh „Lovely“ setzen Metalliceffekte den Fuß modisch in Szene, während die chromfrei gegerbte Lederinnensohle für Komfort sorgt. Die feminine Stiefelette „Angelina“ präsentiert sich in einer höheren Mid-Cut-Form mit eingesetzter, keilförmiger Elastik, die sich jeder Wadenweite flexibel anpasst. Der Bestseller „Monta“ verkörpert zeitlose Eleganz im klassischen Bikerboot-Style mit liebevollen Dekor-Absteppungen und Ziernähten. Der Mid-Cut-Stiefel „Dreamer“ in H-Weite präsentiert sich im trendigen Materialmix aus Nappa- oder Nubukleder mit weichem Velourskragen.



## Ganter: Natürlich gehen

Die Leichtlauf-Technologie ist das Highlight der Ganter-Kollektion im Herbst/Winter 2024. Die Schuhe entlasten Rücken und Gelenke. Alle Schuhe mit Leichtlauf-Technologie sind mit ihrer EVA- oder XL-Extralight-Sohle ultraleicht. Neben Merinoloden setzt Ganter auf weiche Leder. Die Farbpalette reicht von erdigen Tönen über dunkle Blau-, Rost- und Auberginetöne bis zu Schwarz. Akzente setzen Metallics und Lack. Schnürmodelle mit Elastiksenkeln erlauben ein leichtes Rein- und Rausschlüpfen. Alle Modelle haben die gewohnte Ganter-Ausstattung in den Weiten E bis L, mit pflanzlich gegerbtem Kalblederfutter, gepolsterter, anatomischer Kork-Fußbettung und 4-Punktsohle. Für Warmfutter wird echtes Lammfell verwendet. Die Sensitiv-Linie ist mit antimikrobiellem, gepolstertem, hautfreundlichem Mikrofaserfutter mit Silberveredelung ausgestattet.

„Western-  
Booties erleben  
ein Revival,  
jedoch in  
dezent  
Interpretation.“



## CAPRICE: EXALTIERTE VIELFÄLTIGKEIT

Eine Mischung aus vertrauten, reinterpretierten Klassikern, neuen Designs und kantigen Impulsen prägt die Styles der Herbst/Winter-Kollektion 2024. Die Sohlen präsentieren sich deutlich ruhiger und leichter, wenngleich punktuell progressive Böden zum Einsatz kommen. Markante 3D-Optiken oder zweifarbige Designs verleihen eine innovative Note. Als Alternative unterstreicht die Krepp-Optik den winterlichen Charakter, während metallische Elemente den Sohlen eine neue Wertigkeit geben. Der Mokassin-Schnitt gewinnt an Relevanz und lässt sich bei Halbschuhen und Stiefeln inszenieren. Herausragend sind dabei die Loafers mit Fellaufsatz. Die sportiven Sneaker präsentieren sich mit neuartigen Styles, flexiblen Stretch-Einsätzen und Leder-Metallic-Kombinationen. Auch Stiefeletten setzen mit verdeckten Schnürungen, geometrischen Polsterungen oder raffinierten Flechtungen Fashion-Statements. Western-Booties erleben ein Revival, jedoch in dezenter Interpretation.

## SOFTCLOX: SOFT & SUSTAINABLE



Softclocx ist bekannt für seine lässigen, nachhaltigen Schuhe auf der biegsamen Holzsohle. In der neuen Saison setzt das Münchner Label auf natürliche Looks in weichen Velours. Warme Herbstfarben wie Weinrot, Olivgrün und Taupe führen die Farbauswahl an. Neben zwei veganen Modellen ist ein flacher, lammfellgefüllter Bootie mit tiefgezogenem Schaft ein weiteres Highlight der Kollektion. Die Modelle variieren von Clogs und bequemen Booties bis hin zu femininen High Heel-Stiefeletten und Langschaftstiefeln.



## MICHAEL KLEINE, Fly London, Softinos, Asportuguesas



Die Preise sind stabil geblieben bzw. wurden teilweise gesenkt, da die während der Pandemie notwendig gewordenen Preiserhöhungen nun wieder weitestgehend zurückgenommen werden konnten.



## Hassia: Fashion trifft Komfort

Die neue Hassia-Kollektion vereint Mode und Komfort mit klassischen Silhouetten, ergänzt durch Glamour und Schmuckdetails. Prints, Metallics und Lamee-Effekte verleihen der Kollektion einen edlen Glanz. Loafer sind die komfortable Empfehlung zwischen Sneakern und Eleganz. Stiefeletten bieten Komfort. Die Pumps aus Ziegenvelours oder glänzendem Metallleder bringen Glamour und Schick in jeden Look. Schwarz und schwarznahe Nuancen bilden das Farbgerüst. Die Farbpalette reicht von Dark Blue und Dark Rust über Aubergine bis zu Anthrazit, Taupe und Cappuccinotönen. Alle Farbthemen werden mit Ledern von Ziegenvelours über Glattleder bis hin zu weichen Metallic-Ledern dargestellt. Stretch-Materialien und Funktionsschnitte, bis hin zu speziellen Hallux-Schnitten, passen sich sensiblen Füßen an. Neue V-Schnitte mit Elastikeinsätzen auf Pumps und Ballerinen garantieren Passform. Alle Hassia-Schuhe sind mit Wechselfußbetten ausgestattet.



„Alle Farbthemen werden mit Ledern von Ziegenvelours über Glattleder bis hin zu weichen Metallic-Ledern dargestellt.“

## FINNCOMFORT: KOMFORT IM FOKUS

Im Mittelpunkt der neuen FinnComfort-Kollektion steht das natürliche Wohlbefinden – herausnehmbare Kork-Latex-Bettungen, stabilisiert mit Jutegewebe und bezogen mit vegetabil gegerbten Ledern, steigern den Tragekomfort. Eingesetzt werden Materialien wie Nappa, Nubuk, Velours, Perlato und Druckmuster. Die Unisexmodelle „Maranello“ und „Mantua“ aus der Trendline verfügen über Lederfutter und eine ansprechende Schnürung. „Mantua“ brilliert darüber hinaus mit einer eleganten High-Cut-Silhouette und einer Schnürung auf Schalensohlen in warmem Honigfarbton. Die FashionLine wird um die Damenmodelle „Spa“ und „Nazare“ erweitert, beide als High-Cuts auf leichten Sohlen aus EVA. „Nazare“ erleichtert den schnellen Ein- und Ausstieg mit einem Reißverschluss. Die FinnStretch-Linie für empfindliche Füße wird durch „Arinage“, einen neuen Damenhalbschuh mit Reißverschluss auf EVA-Sohle, bereichert. Neu in der ClassicLine ist der Damenclong „Antholz“. In der ClassicSport-Linie präsentiert FinnComfort den neuen Herrenstiefel „Erding“ mit Lammfell und einem Reißverschluss.



## MARTIN SCHNEIDER, DIRECTOR, GMS VERBUND

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

Seit Corona sehen wir generell eine starke Zurückhaltung bei Präsenzveranstaltungen. Der Mensch ist jedoch ein soziales Wesen und ich bin der festen Überzeugung, dass sich ein persönliches Gespräch oder ein Austausch in einer dynamischen Gruppe nicht durch digitale Medien ersetzen lassen. Es kann in einigen Fällen eine brauchbare Alternative sein, aber das Gespräch von Angesicht zu Angesicht ist einfach unersetzlich. Daher glaube ich fest an die Zukunft von Messen – möglicherweise aber in anderen als den bekannten Formaten.

### Räumen Sie einer neuen Schuhmesse, wie es derzeit in der Branche diskutiert wird, **Chancen** ein?

Der deutsche Schuhhandel sehnt sich nach einer Leitmesse, die sowohl von der Industrie als auch vom Handel gut angenommen wird. In den letzten Jahren ist die Messelandschaft durch viele Änderungen und neue Formate stark zerfasert. Ich kann mir daher vorstellen, dass eine neue Schuhmesse eine Chance hat. Diese muss allerdings ein großer Wurf werden und im ersten Versuch sitzen. Gerne gehen auch wir dazu mit den anderen Verbänden ins Gespräch. Es ist sinnvoll, in diesen nicht einfachen Zeiten ein Stück zusammenzurücken. Denn unser Interesse ist gleichgerichtet – eine vielfältige und zukunftsfähige Handelslandschaft.

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

Diese Insolvenzen überraschen mich nicht. Bei gleichbleibenden oder leicht stagnierenden Umsätzen werden die Ketten von den steigenden Kosten „aufgefressen“. Hohe Mieten in überwiegend

sehr guten Lagen und die entsprechenden Personalkosten – eventuell mit einer zusätzlichen Verwaltung – können nicht mehr verdient werden. Der inhabergeführte, spezialisierte Fachhandel ist hier deutlich robuster – auch wenn die Ergebnisse, die am Ende erwirtschaftet werden, höher sein sollten. Hier ist die gesamte Branche gefragt, gemeinsame Lösungen zu entwickeln. Ich glaube, dass auch der Verbraucher nicht weiß, was für ein aufwendiges und hochwertiges Produkt ein Paar Schuhe ist. Wäre das Bewusstsein vorhanden, könnten eventuell auch angemessenere Preise durchgesetzt werden.

### Wie haben sich die **Online-Verkäufe** im letzten Jahr entwickelt?

Als wir vor vielen Jahren dem Online-Handel gegenüber sehr zurückhaltend waren, wurden wir belächelt und als rückständig angesehen. Ich glaube, dass inzwischen niemand mehr darüber lacht. In den letzten sechs Monaten hatten allein wir drei Händler, die im Online-Handel massive Verluste erwirtschaftet haben, die teilweise existentiell sind. Große Player haben ebenfalls Schwierigkeiten. Die meisten Mittelständler rechnen leider nicht alle Kosten ein und „kleben“ teilweise noch – im übertragenen Sinn – einen 5-Euro-Schein an jeden Schuhkarton, den sie versenden. Ich kann jedem Händler, der online Ware verkauft, wärmstens ans Herz legen, seinen Online-Handel wirtschaftlich genauestens zu kalkulieren und zu überprüfen. Da viele Händler keine Lust mehr haben, bei vollem Risiko und dem erforderlichen, liquiditätsraubenden Warenbestand am Ende mit Glück ein paar Euro am Schuh zu verdienen, wird das Angebot weiter sinken und damit auch die Verkäufe im Online-Handel.





# SCHLIFF UND WERTIGKEIT

Die Herrenmode-Trends im Herbst/Winter 2024/25

ten Look. Schlanke Hosen bleiben ein wichtiger Bestandteil, doch auch lässigere Styles in leichter Karottenform mit Bundfalten, weiterem Oberschenkel und schmaler Fußweite setzen sich als Trend durch. Hemden sind für formellen Büro-Schick gesetzt, geben sich aber auch in femininen Silhouetten oder mit Schluppen die Ehre.

Gleichwohl ist der Übergang von Formell zu Smart Casual eine Herausforderung für viele Marken, die auf lässige Looks setzen. Trotz eindeutiger Tendenz zum Updressing steht Komfort nach wie vor im Fokus. Das bedeutet: Der Anzug muss komfortabel bleiben, Tunnelzug-Hosen sind gesetzt, und nicht selten ersetzen lässig-formelle Overshirts, kastige Jacken oder Blouson das klassische Sakko.

Hybrid-Styles lassen im Urban-, Athleisure- und Streetwear-Segment die Grenzen zwischen In- und Outdoormode verschwimmen, egal ob es sich um Outerwear, Sakkos, Strick oder Sweat handelt. Herrenjacken sind zumeist vielseitig ausgestattet und bieten dank High-Performance-Materialien Schutz vor Wind und Wetter. Die Auswahl an Oberstoffen reicht von technischen Nylons bis hin zu hochwertiger Wollqualität mit Funktionsmembran. Moderne Blousons mit innovativer Steppoptik verleihen einen zeitgemäßen Look, während Mäntel mit praktischen Funktionen überzeugen. Die Bandbreite reicht von lässig bis hin zu edel.

Das Thema „Funktion“ ist auch in der Schuhmode taktangebend: neue Passform-Technologien, Schockabsorber, Klima-Aus-

stattungen, Wasserdichtigkeit, Atmungsaktivität, Zipper – sie sind unverzichtbar geworden und in beinahe jeder Kollektion präsent. Zu den wichtigsten Trend-Themen gehören markante hohe Schnürstiefel im Utility- und Biker Style mit kerniger Profilschleife und hohem Schaft ebenso wie coole Chelsea-Typen und Desert Boots, die sich in smart-cleanen Varianten mit markanten Kautschuk-Sohlen präsentieren. Western Boots rücken vereinzelt ins Bild, gelten aber nur bedingt als abverkaufstauglich.

Sneaker präsentieren sich in einer breiten Palette an Stilrichtungen, die durch Materialpatchwork aus Leder und gummierten Materialien, markante Silhouetten und innovative Noppenstrukturen gekennzeichnet sind. Vintage-Finishings verleihen sowohl dem Obermaterial als auch den Sohlen einen nostalgischen Touch. Tonige Velours-Uppers veredeln Running- und Skate-Varianten, während futuristisch anmutende Sock-Sneaker mit Gamaschenelementen aus Gummi hervorstechen. High-Top-Klassiker erhalten durch innovative Sohlenfragmentierung eine moderne Note.

Loafer werden immer vielseitiger und erleben ein absolutes Revival – Western-Attribute verschmelzen mit klassischem Design, während klassisch-elegante Varianten mit Trensen und Patchwork-Details und junge College-Varianten auftauchen. Sie lassen sich perfekt zu den neuen Classic Styles kombinieren und ergänzen die Bandbreite klassischer Schnürer und Monks, die unter dem Motto „Back to Brown Shoes“ ebenfalls wieder an Bedeutung zulegen. Neu und jung sind Schnürer mit aufgestellten Mokassin-Nähten, die die Range klassisch-sportiver Schuhtypen perfekt ergänzen.

*Mehr Schliff, mehr Klassik, mehr Wertigkeit: Auch die Herrenmode für die Saison 2024/25 steht im Zeichen von ‚Quiet Luxury‘. Will heißen: all zu Plakatives, das nur eine Saison lang getragen werden kann, ist out. Subtiler Luxus in Form zeitloser Investment-Pieces aus edlen Materialien ohne auffallende Brandings und eine hochwertige Verarbeitung stehen an erster Stelle, wenn es um die neue Mode geht.*

Kennzeichnend dafür sind nicht zuletzt monochrome Looks, die sich auf edle Strick-Styles in zahlreichen Varianten fokussieren. Formalwear zeigt sich feiner und eleganter. Sakkos, die sich auch als Zweireiher präsentieren, kommen gerne in weichen Silhouetten und leichter Verarbeitung und vermitteln einen entspann-

Nadine L'Allemand



CLEAN & PURISTISCH  
*Floris van Bommel*



## COSY COMFORT

Loafer mit profilierten Böden, junge Schnürmodelle mit Mokassinnähten und cleane Retro-Sneaker mit neuem Dreh in frischen Farb- und Materialkombinationen bleiben fester Bestandteil modisch lässiger Outfits für Business und Freizeit.

LOAFER LOVE MIT  
MODISCHEM TWIST  
*Lloyd*



LÄSSIGE MOKASSIN-  
STIEFELETTE  
*Inuikii*

ZEITLOSER  
DESERT BOOT  
*Marc O'Polo*



SO HOT: SCHNÜRER  
MIT AUFGESTELLTER  
MOKASSIN-NAHT  
*Sioux*



ULTRACLEANER  
RETRO-SNEAKER MIT VIEL  
KOMFORT  
*Skechers*



# HERITAGE ADVENTURE

Markante hohe Schnürstiefel im Utility- und Biker Style oder männliche Chelsea-Typen punkten mit kernigen Profilsohlen, markanten Schäften und hochwertigen Materialien. Dazu gesellen sich coole Chelsea-Typen und Desert Boots in smart-cleanen Varianten.



MATERIALMIX & RUSTIKALER STREET-STYLE  
*Digel*



KLASSISCHE FLÜGELKAPPEN & KERNIGE OPTIK  
*Blundstone*



WINTERLICHER KOMFORT & KERNIGE OPTIK  
*Lloyd*



MARKANTER HIKING SNEAKER MIT FARBAKZENTEN  
*Dockers*



FUNKTIONALES MULTITALENT IM SNEAKER-LOOK  
*Josef Seibel*



ANGESAGTER COMBAT-LOOK  
*Bogner*



# SILENT ELEGANCE

„Brown Shoes“ are back. Schnürer und Monks aus weichem Brushleder oder samtigem Velours signalisieren Wertigkeit und subtile Eleganz. Flügelkappen sind unverzichtbar und heben den klassischen Anspruch hervor. Feine Loafer-Varianten treffen den Zeitgeist.

ELEGANTE HOMMAGE AN  
„WALLABEE“-STYLES  
*Floris van Bommel*



COOL STYLE: EDLE  
WESTERNBOOTS IN CLEANER  
OPTIK  
*Aigner*



ZEITGEIST TRIFFT  
TRADITION: CLEANER LOAFER  
MIT MARKANTER SOHLE  
*Marc O'Polo*



COOLER SLIP-ON  
MIT KROKOPRINT IN  
TWO-TONE-OPTIK  
*Melvin & Hamilton*

ZEITLOS & WERTIG:  
ULTRACLEANER SCHNÜRER  
MIT EDELSTEM OBERLEDER  
*Digel*

RAFFINIERTE STIEFELETTE  
MIT GLAMOUR-EFFEKT  
*Lloyd*



# TRENDS UND STIMMEN AUS DER BRANCHE

## LEWIN BERNER, GESCHÄFTSFÜHRER SIOUX

**Welche Themen haben in der gerade abgelaufenen H/W-Saison besonders gut funktioniert und welche Schuhtypen bieten in der kommenden Saison neues Potenzial?**

Für Herbst und Winter 2023 konnten wir eine vermehrte Nachfrage nach Schuhen und Boots mit Funktions-Benefits verzeichnen. Allen voran Warmfutter- und Tex-Ausstattungen. Unter anderem haben wir für H/W 2024 unsere Stiefel-Erfolgsgruppen sowie die Retro-Sneaker-Modelle ausgebaut und die Preislagen 120/130 Euro gestärkt.

**Mit welchen Preiserhöhungen rechnen Sie zur kommenden H/W-Saison 2024?**

Wir haben nun die vierte Saison in Folge gegen den Markttrend die Preise stabil gehalten, was von unseren Kunden (und den Endverbrauchern) sehr positiv aufgenommen und mit steigenden Abverkaufsquoten belohnt wurde. Deutschland steckt in einer Rezession, die Konsumenten sind wesentlich preissensibler als früher. Daher hat unser Ansatz, eine hervorragende Qualität zu einem sehr guten Preis zu bieten, gefruchtet. Wir sind 2023 im B2B-Geschäft um deutlich über 20 Prozent gewachsen und daher außerordentlich zufrieden.

**Was sehen Sie als größte Herausforderung in der kommenden Orderrunde? Wie wirken sich Inflation, Lieferproblematik oder Ukraine-Krieg auf das Orderverhalten des Handels aus?**

Im Moment ist der Markt natürlich vor allem ein

Verdrängungsmarkt. Die Rückmeldungen aus ersten Kundenterminen, Messen und Ordervorlagen liefern für Sioux sehr gut, wir gehen daher auch für 2024 von Umsatz- und Absatzwachstum gegen den Markttrend aus. Verantwortlich sind hierfür auch viele Neukunden, deren Interesse an unseren Kollektionen geweckt wurde, weil die Händler natürlich auch miteinander sprechen.

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

Ja, absolut. Wir von Sioux sind grundsätzlich Verfechter von Messen als Branchentreff zur Orientierung, Inspiration, Begegnung und zum Austausch. Wir sind sowohl auf der Micam in Mailand als auch auf der Shoes in Düsseldorf präsent. Für mich als Geschäftsführer ist dies eine der wenigen Möglichkeiten, mit unseren Handelspartnern persönlich zu sprechen.

**Räumen Sie einer neuen Schuhmesse, wie es derzeit in der Branche diskutiert wird, Chancen ein?**

Eine Leitmesse als Plattform für alle Marktteilnehmer würden wir absolut begrüßen. Wir fänden hier auch das Miteinander der Schuhverbände hilfreich, anstelle dass es viele regionale Veranstaltungen gibt, die das Messegesehen in Deutschland ziemlich ausfransen und international unattraktiv erscheinen lassen. Die CIFF in Kopenhagen wird beispielsweise positiv besprochen. Dänemark ist ein kleines Land. Warum bekommen wir in Deutschland so etwas nicht hin?



**„Deutschland steckt in einer Rezession, die Konsumenten sind wesentlich preissensibler als früher.“**



## STRELLSON: SCHWEIZER HERITAGE

Die Herbst/Winter-2024-Kollektion ist zugleich geprägt von Urbanität und Schweizer Heritage. Beim weißen „Evans“-Sneaker sorgt die Kombination aus recyceltem Polyurethan (PU) und Velours-Besatz für ein cooles und zugleich zeitloses Design. Die dunkelblaue Variante ist aus genarbtem Leder gefertigt und bekommt durch den Velours-Besatz einen ganz eigenen Look. Mit den „Nimonico“-Boots kreiert man einen urbanen Winter-Look. Hergestellt aus weichem, leicht genarbtem Leder überzeugt er durch ein modernes Design, während die X-Lite-Sohle für Komfort und Leichtigkeit sorgt. Erhältlich ist dieses Modell in den klassischen Farben Schwarz und Braun.



## BJÖRN WISCHNEWSKI PRODUCT MANAGER MEN, LLOYD SHOES

„Suedes, Suedes, Suedes! Sie sind das Thema der Saison und erleben ein regelrechtes Revival. Über Suede interpretieren wir bekannte Silhouetten vollkommen neu. Diese profitieren von der brillanten Farbtiefe, die wir auf den Ledern erzielen und dem geschmeidigen Handfeel der Ware. Wir setzen Suede nur mit kurzem Faserschliff ein, um einen feinen Schreibeffect zu erzielen.“





## LOTTO FOOTWEAR: NEUE LIZENZ

Die brandneue Lotto-Schuhkollektion Herbst/Winter 2024/2025 betritt den Markt. Mit einer Lizenz für Deutschland und Polen präsentiert die Fashioncenter GmbH ihre neueste Kreation. Die Kollektion umfasst warme Winterboots, klassische Schnürer, sportive retro-inspirierte Sneaker und Streetwear-Modelle. Warmfutter und rutschfeste Profilsohlen zeichnen die Boots aus. Robuste Besätze mit verstärkter Zehen- und Fersenpartie verleihen den Outdoorschuhen eine sportive Note. Leichtgängige Schnürung, ob mit oder ohne Klettverschluss, und die weichen Polsterungen an Einstieg sowie Zunge sorgen für einen reibungslosen Sitz am Fuß. Ein komfortabler gepolsterter Einstieg und Logo-details gehören zu dem authentischen Design der „Classic-Linie“ ebenso dazu wie Ziernähte und Perforationen. Die klassische Silhouette erhält mit der Plateausohle ein trendiges Upgrade. Die Styles der „Lifestyle-Linie“ inszenieren sich als Kontrastprogramm. Beim Thema „Retro“ dominieren schlichte Farben wie Weiß oder Beige, aber auch kräftige Farben wie Rot und Blau lassen den Klassiker von damals nun in frischem Glanz erstrahlen.



## FARBPROGNOSEN HERBST / WINTER 2023/24

Quelle: GMS Verbund	Farben	Sneaker (low + high cut)	Stiefel + Boots	Pumps + Ballerinas	Loafer (dandy / college)	Stiefeletten
	schwarz	40 %	60%	65%	60%	65%
	grau, kiesel, desert, fumo, panna, shimmer	15%	20%	10%	15%	10%
	braun, cognac, testa di moro	10%	5%	10%	10	15%
	blau	15%	15%	10%	10%	5%
	purple, jungle, orchid	5%	10%	5%	5	5%

Quelle: SABU	Damen			Herren		
	Farben	Stiefeletten, Stiefel	Sneaker Schnürschuhe	Slipper, Ballerina, Trotteur, College	Farben	alle Schuhtypen
	schwarz	55%	35%	65%	schwarz	45%
	braun, cognac, moro	20%	20%	10%	braun, cognac	30%
	colour (pink, grün, orange, blau, ...)	5%	10%	10%	weiß, weiß kombi	15%
	metallics	10%	10%	10%	beige, natur, grau	5%
	beige, natur	10%	10%	5%	ocean, blau	5%
weiß, weiß kombi		15%				

### STEPHAN KRUG, GESCHÄFTSFÜHRER SABU

Was sehen Sie als größte Herausforderung in der kommenden Orderrunde?

Als größte Herausforderung sehen wir, die richtige Balance zwischen Standards und modischer, neuer Ware zu finden – in der Ausgangslage der durch hohe Bestände reduzierten Einkaufslimits.

Mit welchen Preiserhöhungen rechnen Sie zur kommenden H/W-Saison 2024?

Mit sehr geringen Preiserhöhungen. Der Unsicherheitsfaktor der stark fluktuierenden Frachtraten der Ware aus Fernost bleibt das größte Risiko.

Wie bewerten Sie ganz allgemein die derzeitige Konsumstimmung?

Verhalten bis hin zur teilweisen Konsumverweigerung durch die stark gestiegenen Lebenshaltungskosten

### MARC O'POLO: FOKUS AUF NACHHALTIGKEIT

Die Herbst/Winter-2024-Kollektion stellt Werte wie Wertigkeit, Langlebigkeit und Nachhaltigkeit in den Mittelpunkt – mit natürlichen Materialien, zeitgeistigen Texturen und verfeinerten Formen. Klare Farben definieren die Schuhe der Saison. Im Fokus: starke Basics wie Braun, Cognac, Oliv, Navy, Grau und Schwarz. Die Schuhkollektion besteht aus recycelten Materialien und Leder, bezogen aus LWG-zertifizierten Gerbereien.



### PIUS GABOR: KOMFORT IM VORDERGRUND



In der H/W-Saison zeigt Pius Gabor eine größere Auswahl an saisonunabhängigen Sneakern und Boots. Weiße Retro-Sneaker bringen etwas spätsommerliche Leichtigkeit in den Herbst. Running-Sneaker in neuen Beerentönen haben einen entspannten Charme. Auch lässig: Stilvolle Boots mit Ösen in Bergsteiger-Optik. Ob als Freizeit- oder Business Look – edle Schnürschuhe und Sneaker aus Glattleder sind fester Bestandteil modischer Outfits. Robuste und sportliche Sohlen ergeben einen interessanten Stilmix. Leichte Schnürboots aus Rauleder oder Chelsea Boots sind die herbstliche Alternative. Markante Boots mit Warmfutter und starkem Profil garantieren im Winter maximale Performance. Gore-Tex-Membrane schützen vor Wind und Nässe. Neu sind Boots mit doppeltem Reißverschluss. Die eingesetzten Oberleder werden meist aus Portugal und Italien bezogen und sind alle von der Leather Working Group zertifiziert. Viele Schuhe besitzen ein recyceltes Innenfutter.



# HYGGE-STYLE FÜR GIRLS UND BOYS

Die Kindermode im Herbst/Winter 2024/25

*Ein verstärktes Bewusstsein für das Wohlbefinden von Kindern prägt die Kindermode im Herbst/Winter 2023/24. Dazu gehört natürlich das Thema Ökologie, das bei Materialien eine zunehmend wichtige Rolle spielt, aber auch diverse und inklusive Designs werden zunehmend von Designern und Herstellern erkundet. Eines aber steht fest: Kindlich aussehen in Kindermode wollen Mädchen und Jungen längst nicht mehr. Immer mehr Unternehmen launchen Kinder-Kollektionen und spiegeln in ihren Kollektionen die Looks der Erwachsenen wider, auch hochwertige Online-Anbieter wie My Theresa und Farfetch haben längst ihre Sortimente um Luxus-Kindermode erweitert. Will heißen: Mini Me ist selbstverständlich, Fashion ist auch für Kids und Teens unverzichtbar.*

Modisch setzen die Kids im kommenden Herbst und Winter auf die Trends der Erwachsenen. Glimmer und Schimmer, Fake Fur, Checks, Wilder Westen, Gewürzfarben, Metallics, Colourblocks, Logos und natürlich Denim. Thematischer Überbau der Kindermode für die Herbst/Winter-Saison 2024/25 ist der dänische Begriff „Hygge“, der Gemütlichkeit und Vintage-Stil und eine Form von Cocooning verkörpert. Dies spiegelt sich in den Designs von Mänteln, Kleidern, Pullovern und Tops wider. Mäntel präsentieren sich in Kokonformen und werden oft mit kontrastierenden Futterstoffen und kokonartigen, gesteppten Nylonpufferjacken gezeigt. Kunstpelz und Shearling werden als wichtige Materialien eingesetzt und verleihen den Kleidungsstücken einen Hauch von Luxus und Wärme. Pullover stehen für Gemütlichkeit und Komfort

und werden oft handgestrickt aus weicher Wolle gefertigt. Auch bei den Tops wird auf weiche Biomaterialien gesetzt und diese mit Rüschen und 3D-Verzierungen edel verziert. Denim ist in den Kollektionen ein wichtiges Thema. Und wie bei den Erwachsenen verlangen Girls nach edler Deko in Form von Rüschen, Nieten, Glanzsteinen und Applikationen.

Bei den Jungen steht ebenfalls ein lässiger Denim-Style im Vordergrund – aber bitte gepflegt. Sie setzen auf Smartness mit Karo-Hemd, Grobstrick-Cardigans und klassischen Troyern. Der Grown-up-Look wird komplettiert durch gedeckte Farben, wie Dunkelblau, Braun und Schwarz, kombiniert mit hellen Farben wie Gelb und Grün und Neon-Akzenten. Super sind dazu Chinos oder Kordhosen

Nadine L'Allemand



COMFORT MEETS STYLE:  
LÄSSIGER STIEFEL FÜR EIN  
LUXURIÖSES TRAGEGEFÜHL

Ricosta



## BOYS

Cleane Looks, nicht all zu viel Schnickschnack – so mögen es die Jungen im kommenden Modewinter. Dazu gehören lässige Sneaker in unterschiedlichen Höhen – als Mid- oder Highcut-Modelle –, die dank innovativer Sohlen, neuartiger Materialkombinationen und farbiger Böden und Senkel in ganz frischen Optiken daherkommen. Neon-Details sind nicht nur optische Highlights, sondern erfüllen mit ihrer Leuchtkraft gleich noch einen Sicherheitsaspekt. An kalten Tagen sorgen Snow Boots mit vielen funktionalen Elementen für warme Füße und einen modischen Look.



LOGO ERWÜNSCHT:  
MODERN-URBANER SNEAKER IN  
DENIM-OPTIK.  
*Däumling*



TIGER IM TANK: DER  
RUSTIKALE SNOWBOOT  
TROTZT JEDEM WETTER  
*Lotto*



FUNCTION MEETS DESIGN:  
COOLER SNEAKER MIT 3-D-DINO  
UND NEON-AKZENTEN  
*Skechers*



## GIRLS

Westernlook, Snow Boots, Hiking-Typen, Sneakers auf dicken Sohlen – auch die Schuhmode für Kids orientiert sich an den Erwachsenentrends. Dem Dekorationswunsch der Mädchen wird Rechnung getragen auf Utility-Schnürboots aus glänzendem Lackleder oder Sneakermodellen mit fantasievollen Prints, kleinen Stickereien und Applikationen, detailreich verziert mit Glitter und Glitzer. Hiking Boots mit kuscheligem Plüschkragen und Biker Boots mit Nieten und Schnallendetails sind wichtige Must Haves. Auch schimmernde Metalisées als Oberleder setzen Boots und Sneaker glamourös in Szene.

SHINE LIKE A STAR:  
STRASSSTEINCHEN FUNKELN  
MIT DEN STERNEN UM  
DIE WETTE  
*Superfit*



SO ICE! SNOW BOOTS MIT  
WARMEM INNENLEBEN SETZEN  
MODISCHE TRENDS.  
*Inuikii*



LOVE IS IN THE AIR - MIT DIESEM  
STYLISHEN GLIMMER-SNEAKER MIT  
HERZ-APPLIKATION  
*Falc*



# SHOEZ

## » SCHAU

## MODELLE FISCHER

### SHETLAND <<

Die Kinderhausschuhe strahlen eine gewisse Gemütlichkeit aus.



### » MELLY

In der Kinder-Kollektion dürfen frischen Farben und liebevolle Details nicht fehlen. Beliebt hier sind Glitzermaterialien.

### FLEXI <<

In der Kinder-Kollektion Herbst-Winter wird auf warme, flauschige Materialien gesetzt.



### » DANNY

Bunte Print-Motive sind wichtig. Es handelt sich hier um bedruckte Baumwolle.



### KATHRIN <<

In der Damen-Kollektion steht ebenfalls der Wohlfühlfaktor im Vordergrund.



### » HELGE

In der Herren-Kollektion setzt Fischer auf Komfort und Leichtigkeit. Neben den altbewährten Bestsellern sind auch Artikel mit modischen Farben und Akzenten zu finden.



### » CONNY

Zeitloser Damen-Hausschuh aus hochwertigem Filzmaterial, der immer zu den Bestsellern zählt.





# TRENDS UND STIMMEN AUS DER BRANCHE

## ✓ Ricosta & Pepino: Design und Funktion

Die neue Herbst-Winter-Kollektion vereint angesagte Styles und kindgerechte Features. Der neue Barfuß-Schuh der Lauflern-Gruppe „First“ punktet mit einer extra dünnen Naturkautschuksohle, einem unempfindlichen und einfach zu reinigenden Oberleder und einem bequemen weiten Einschluß. Walkknoten dient als Futter- und Obermaterial. Kombinationen aus Loden und Leder geben in diesem Winter in der „Way“-Gruppe den Ton an. Wasserdicht sind diese Winterschuhe dank CareTex-Membran. Zu den etablierten Modellen kommen in der „Hiker“-Gruppe neue kernige Bergsteiger-Typen auf den Plan mit Ösenschnürungen oder Senkeln durch seitliche Gurtbänder. Die neue Unisex-Barfußgruppe „Monster“ kommt mit technischen Materialien, Gurtbändern, breiten Kletten und Reflex- und Blinkelementen. Die Gruppe „Scoop“ mit ihren universellen Halbschuhen wird um eine breit gefächerte Farb-Range und einem höheren Midcut-Schnitt erweitert. Die Mädchengruppe „Comfy“ zeigt Stiefel- und Chelsea-Varianten, die auch in Mamas Schuh-schrank zu finden sind.



## LOTTO KIDS: BLINKENDE LICHTER, GLITZER UND TIERAPPLIKATIONEN

Die Lotto-Kollektion für Kinder umfasst eine breite Palette von Schuhen, die mit aufregenden Features wie Blinklichtern, Glitzer, Tierapplikationen und Herzen ausgestattet sind. Darunter warme Winterboots, klassische Schnürer, sportive retro-inspirierte Sneaker, moderne Streetwear-Modelle und Hallenturnschuhe. Blinkende Lichter leuchten bei jedem Schritt auf und sorgen für Sicherheit im Straßenverkehr. Der Glitzer verleiht den Schuhen einen Hauch von Glamour. Darüber hinaus sind die Schuhe mit Tierapplikationen verziert. Im Sneaker-Bereich kommen Styles in Veloursleder-Optik mit elastischen Schnürsenkeln und Klettverschluss. Cool sind die Farbkontraste. Für diejenigen, die gerne in der Halle Sport treiben, bietet die Winterkollektion auch spezielle Hallen-Sport-schuhe an. Diese Schuhe sind mit einer rutschfesten Sohle ausgestattet. Gleichzeitig sorgt die spezielle Dämpfungstechnologie für Stoßdämpfung.



*In diesem Jahr dreht sich bei Superfit alles um das Motto „Making Memories“. Outdoor-Enthusiasten dürfen sich auf erdige Töne, Froggrün, gestempelte Glitzerfedern und Waldtiere wie Bären und Füchse freuen. Das Thema Freundschaft wird durch liebevolle Details und Herz-Elemente zelebriert. Das Farbspektrum reicht von Blau nuances über leuchtende Lilatöne und Pinkschattierungen bis hin zu einer frischen Grünpalette. Braun- und Beigetöne runden die Kollektion ab.*

## ➤ SUPERFIT: MAKING MEMORIES

### LAUFLERNSCHUHE

Die neue Hausschuh-Gruppe „Happy Octi“ hat sich von Oktopus-Tentakeln inspirieren lassen und punktet mit Grip. Das Sohlendesign erinnert nämlich an Saugnäpfe und macht den Lauflern-Hausschuh rutschfest. Der Klassiker „Groovy 2.0“ bekommt zum zehnjährigen Jubiläum ein Update: Mit zwei unterschiedlichen Verschlussvarianten – Schnürung oder Doppelklett – bietet der Schuh für jeden Geschmack die passende Lösung. „Supies“ sind die Trendsetter unter den Kinder-Sneakern. Die Bestseller-Gruppe „Breeze“ wird durch neue Farben modischer. Insbesondere der neue Trendton Flieder macht den Sneaker zum Hingucker für Mädchen. Sportlich wird es mit „Cooper“, der Gruppe für Jungen und Mädchen im Kinderkrippen und -gartenalter.

### KIDS & TEENS

Der modische Unisex-Sneaker „Kicks“ vereint trendiges Design mit sportlicher Funktionalität. Die Gruppe „Stella“ ist ein Statement für trendigen Lifestyle und präsentiert sich mit edlen Sternenprints. Liebevoller Detail: Selbst die Unterseite der Sohle ist mit Sternen versehen. Der modische Freizeit-sneaker „Cosmo“ für Jungen ist ein robuster Allrounder für jeden Tag. Der Winterboot „Flavia“ kommt in coolem Schwarz mit goldfarbenem Stern-Einsatz und Plüschfellkragen. Der halbhohle Stiefel „Teddy“ greift nicht nur den angesagten Trekking-trend auf, sondern punktet auch mit jeder Menge Funktion.



## ➤ Ewers Strümpfe: kontrastreich

Ewers Strümpfe stellt die neue Herbst/Winter-Kollektion 2024/25 für Kinder vor. Winterliche Nordlandschaften mit arktischen Tieren und kühlen Blau- und Beigetönen stehen in dieser Saison in Kontrast zu lebhaften Farben wie Rot, Orange und Grün. Ob Wildtiere wie Rehe, Füchse und Igel oder zauberhafte Wesen wie Einhörner – die angesagten Motive begleiten die Kinder durch die kalte Jahreszeit. Für die älteren Kids liegen Tennissocken mit Ringeln oder grafischen Elementen im Trend.



# ZWISCHEN NEUER KLARHEIT UND PARTY-FEELING

Die Taschentrends für  
Herbst/Winter 2024/25

*Der Big Bang der stilistischen Exzesse vergangener Saisons tritt zugunsten einer neuen Klarheit in den Hintergrund. Die Zukunft speist sich aus der Vergangenheit: Wir stehen vor einer Saison, in der Tradition aufs Modernste umgesetzt wird: eine fokussiert-elegante Klassik, gepaart mit Minimalismus und ruhiger Leidenschaft. Trotz all der gepflegten Töne bleibt Sportivität als Konsumentreiber weiterhin wichtig, wird jedoch etwas weniger plakativ inszeniert. Gepflegt-artisanales Tailoring und Normcore 3.0 sind die Key-Treiber der Saison. Die Prêt-à-porter-Winterkollektionen zeichnen das Bild einer starken Weiblichkeit, die sich von der Herrengarderobe inspirieren lässt. Geradlinig, schnörkellos und doch luxuriös. Dazu liegt ein Hauch gotisches Drama prachtvoll über vielen Kollektionen – bei aller Beruhigung bleibt ein Party-Feeling mit Glanz weiterhin unverzichtbar.*

Quelle: ©Texte nextguruNow, Uta Riechers-Wuttke, Martin Wuttke für ModEurop | DSI | HDS/L Berlin, [www.modeurop.com](http://www.modeurop.com)

**HYPER REALITY – SILENT POWER – BOOSTED TEMPTATION** sind die farbthematischen Überbauten der Saison Herbst/Winter 2023/24.

## HYPER REALITY

In diesem Farbszenario verschmilzt die Realität mit der virtuellen Welt. So eröffnet sich eine neue Mixed Reality, die spannende Kontraste bereitstellt. Gepflegte warme Brauntöne von Nougat bis Black Coffee verbinden sich zukunftsfröhlich mit leuchtendem Sphere Türkis. Den dunkel-eleganten Part übernimmt das kühl-blaue Winterpetrol Eclipse, gemeinsam mit tiefgründigem Blue Velvet. Die frischen Grün-Oliv-Töne Wakame und Basil Pesto runden das Szenario in natürlicher Weise ab, während Curry Powder den Gelbaspekt neu interpretiert. Lemongrass Tea indes sorgt für intensivste Strahlung und modernisiert durch seine Leuchtkraft die Farbwirkung sämtlicher Töne. Signalwirkung entsteht auch durch die neuen Materialien. Einerseits ausdrucksstarke Vintage-Effekte, die von Waschungen über Two-Tone-Färbungen bis hin zu Destroy-Elementen mit fransigen Kanten reichen. Die Leder werden hierbei Prozessen unterzogen, die sonst bei der Denim-Veredelung zum Einsatz kommen und werden getumbled, mit Sandstrahleffekten gealtert oder partiell geschliffen. Andererseits haarige Qualitäten von Teddy über Shearling bis hin zu zottelig-flauschigen oder nobel glänzenden Pelzoberflächen. Steppungen werden weitergedreht und wirken durch Brush-off-Effekte noch dreidimensionaler. Neu sind Oberflächen mit Holzmaserung und Motive in Airbrush-Technik. Metallteile kommen bei den Taschen rein funktional zum Ein-

satz, bei den Schuhen auch als Designelement in Form von multiplen Schnallen-Riemenkombinationen.

## SILENT POWER

Die zugehörige Farbwelt inszeniert eine kraftvolle neue Stringenz. Hierzu steht einerseits die Neutralität von Schwarz (Black Beauty) und Weiß (Snowflake) bereit. Flankiert von nebelig-leichtem Nebula-Grau und der Tiefe von regenschwangerem Cumulus Grey, auch in Metallic, entsteht eine gepflegt-anspruchsvolle Basis. Dazu bringt sanftes Apricot Blush den femininen Aspekt, während edles Port Wine tiefrote Power bereitstellt. Die Wärme von Elephant Skin baut die Brücke von farbig zu neutral, und sichert mit leiser Eleganz neue Kombinationsmöglichkeiten. Kraftvolles Ribbon Red, solo oder in Kombination mit intensivem Barbarella Pink sorgen für intensive Akzente und ermöglichen modern-innovative Farbaussagen. Auf Materialebene kommt Bewegung in die Oberflächen. Bouclévariationen stehen gleichberechtigt neben Webbildern aus Samtbändchen, gestrickt wirkenden Lederapplikationen sowie plissierten und gefältelten Strukturen. Exoten werden in diesem Strukturwandel auch wieder sichtbar, allen voran edle Pythonvarianten und Kroko-Strukturen, dicht gefolgt von Echsendessins. Dazu sorgen weiche Nubuks, weich schimmernde Metallics und samtig geschliffene Velours für Tiefenwirkung. Lackaspekte bleiben weiterhin präsent, werden jedoch von feinporig-glattpolierten Oberflächen aus den ersten Rängen verdrängt. Metallteile werden sehr punktuell inszeniert: gebündelter Nietensatz, multiple Reißverschlüsse oder asymmetrische Griffverankerungen sind hier Innovationstreiber.

## BOOSTED TEMPTATION

Farblich wirkt diese Thematik wie ein exzentrisch-verführerisches Wintermärchen mit einem Hauch von Rebellion. Der vornehme Glanz von Legend Green verleiht diesem Farbszenario einen elegant-mystischen Charakter, während Turmalin und Opal für kühle Modernität sorgen. Dazu verführerische Orange- und Brauntöne von Ember über Noble Praline hin zu dunkelstem Black Wine, die den edel-warmen Gegenpart stellen. Enigma Violet und Dusty Amethyst steuern ihrerseits Noblesse bei. Leuchtendes Flame-Rot hingegen bringt pure Energie und katapultiert diese Farbwelt in eine neue Dimension. Exzentrik steht bei den Materialien an vorderster Front – sei es bei Dekorationen mit Perlen, Spiegelementen oder Strass, die Oberflächen blitzen und blinken mit den Formen um die Wette. Dazu Lackiertes, auch mit metallischem Glanz. Fell in wolkenartiger Opulenz konkurriert mit geplusterten, weich wattierten Volumen. Tiefgründiger Samt und schimmernde Satinierungen sorgen für glamourösen Zauber. Skulpturale Schmuckelemente in Metall oder Strass verwandeln sowohl Schuhe als auch Taschen in Preziosen.





Wilhelm Johann Meier GmbH · +49 69 8300-5490 · tamaris@meier-lederwaren.de · tamaris.com

# FUNCTIONAL GLORY

Das Thema steht im Zeichen eines neu interpretierten Retro-Funktionalismus. Aktentaschen-Features zeigen sich in neuem Kontext - Verschlüsse und Schnallen werden wichtiger. Neu interpretierte Vintage-Optiken setzen Zeichen, Denim ergänzt den lässigen Retro-Look. Im Fokus stehen lebendige Oberflächen und Oberflächen, die wie bereits getragen wirken. Multipocket-Bags und volumige Shopper mit Handnähten unterstreichen den Anspruch an Zweckmäßigkeit.



ZEITLOSER UTILITY-TREND: NEUE FORMATE UND PLAKATIVE REIßVERSCHLÜSSE SETZEN STATEMENTS

Emily & Noah



METALL-RINGE VERLEIHEN KLASSISCHEN FORMEN EINEN NEUEN DREH

Aigner

NEUER LOOK FÜR VOLUMIGE SHOPPER: DER GEFLOCHTENE GRIFF ALS SIGNATURE-PIECE

Suri Frey



AUFFÄLLIGE KETTEN-DETAILS UND DIE GLÄNZENDE OBERFLÄCHE SETZEN EIN STATEMENT

Tamaris

DIE ELEGANTE ÜBERSCHLAG-TASCHE PUNKTET MIT RAFFINierter VERSCHLUSSLÖSUNG

Valentino



# REVISED CLASSIC

Klassische Handtaschenformen in geräumigen mittleren Formaten präsentieren sich innovativ mit einseitig asymmetrischem Griff. Oder versprühen den Charme eines Erbstückes aus den 60er Jahren, allerdings mit neuen Detaillösungen bei Verschluss und Riemen modernisiert. Großformatige Schultertaschen stehen ebenfalls weiterhin im Fokus, hier wird die Taschenfront zum Experimentierfeld für neue Oberflächenstrukturen und Materialkompositionen.



HOCHWERTIGER KROKO-LOOK MIT RETRO-GLAMOUR

Emily & Noah

ZEITLOSE ELEGANZ: ANGESAGTES ÜBERSCHLAG-MODELL IN TRAPEZ-FORMAT-OPTIK

Aigner

HINGUCKER: EDLE HALFMOON-BAG MIT FEINEN KETTEN-DETAILS IN GLÄNZENDEM GRÜN

L.Credi



NEUE SILHOUETTE IM RETRO-DESIGN MIT FEINEN KRISTALL-DETAILS

Tamaris

KROKO-LOOK FÜR SOFTE STYLES

Suri Frey





# TWISTED ZONE

Viele neue Taschenformate sorgen für Innovation. Kontraste und Farbverläufe sind ebenso wie unkonventionelle geometrische Shapes absolute Eyecatcher. Grunge und Punk-Inspirationen zeigen sich in Form großflächiger Metall-Details sowie Nieten und Spikes. Für Aufmerksamkeit sorgen ebenfalls Ton-in-Ton-Logos in 3-D-Prägungen oder tonale Labels.



KLASSISCHER STYLE MIT  
TRENDIGER 3-D-OPTIK  
*Aigner*

MODISCHER STEPP-LOOK  
SETZT KLASSISCHE FORMATE  
STYLISH IN SZENE

*Apple of Eden*



FASHION-PUSH FÜR KURZGRIFF-  
FORMATE: MATERIALVIELFALT UND  
DEKOR-VERSCHLUSS

*Café Noir*



DIE VORTASCHE SORGT FÜR  
EINE FRISCHE OPTIK UND  
GEORDNETE VERHÄLTNISSE

*Picard*



SALOPPE HOCHFORMAT-BAG MIT  
TONALEM LOGO-PRINT

*Tom Tailor*



# FURRY COMPANIONS

(Fake) Fur Bags – sie zeigen sich flauschig kurzgeschoren, langhaarig in Tibetlamm oder in Polarfuchsoptik. Einerseits rustikal in Kombination mit Lederkanten und Knebelverschluss, andererseits abendlich interpretiert mit Strass-Verschluss und Metallketten-Riemen. Auch als Kuschtier in Baguette-Form mit extrabreitem Lederriem. Elegante Varianten punkten mit Fell-Kurzgriff oder wirken wie Upcycling-Unikate aus dem Nerzmantel der Großstade. Natürliche Colorits stehen hier gleichberechtigt neben Vollfarbe.



FLAUSCHIGE TASCHE AUS FAKE FUR IM ALLOVER-LOOK MIT KETTENDETAIS  
*Emily & Noah*



FELL GEFÄLLT: LÄSSIGE SHOULDER BAG IN ANGESAGTER TIBETLAMM-OPTIK  
*Suri Frey*



FELL-AKZENTE PEPPEN KLASSISCHE TASCHENFORMATE AUF  
*Tamaris*



EYECATCHER: DER KUSCHEL-LOOK SORGT FÜR EINE STYLISCHE OPTIK  
*Högl*

# GLAM QUEEN

Taschen im Party Mood: Strasssteine, Spiegeldekor und Lüsterkristalle sorgen für den Big Bang. Dazu setzen Metalldekorationen Akzente. Kleinste Formate von Boxy bis Clutch werden steinreich oder spiegelnd bestückt und werden durch Strassstein-Deko in Form von langen Fransen sowie als Griff partytauglich. Ein massiver Einsatz von Metallketten verwandelt ursprüngliche Alltagsformen in glamouröse Highlights.



DEZENTER EVENING GLAMOUR DANK INNOVATIVER OBERFLÄCHENSTRUKTUR  
*Gabor Bags*



BEWEGTE METALLISÉE-OBERFLÄCHEN GEBEN SOFTEN BAGS EINEN NEUE DIMENSION  
*Suri Frey*



LET'S GET FUNKY! ANGESAGTE METALLIC-BAG IN CRASHOPTIK  
*Emily & Noah*



PARTYTIME: FEINER GLANZ IN STATEMENT-FARBE  
*Tamaris*

NEUE FARBEN UND KETTEN-DETAILS SETZEN ABENDTASCHEN STYLISH IN SZENE  
*Valentino*





# TRENDS UND STIMMEN AUS DER TASCHEN-BRANCHE

## Emily & Noah: Trendige Taschen aus Feinsynthetik

Taschen von Emily & Noah, der Eigenmarke des Taschen-spezialisten Meier Lederwaren, bestehen aus pflegeleichter Feinsynthetik. Täuschend echte Lederoptiken und eine softe Haptik bieten eine gute Alternative zu natürlichen Ledern. Das Farbspektrum lässt keine Wünsche offen: Typische Saisoncolors wie Black, Brown, Darkred, Deepgrey, Darkforest, Blue und Cognac passen zu jedem Winteroutfit. Neu sind starke Modifarben wie Darksilver, Berry, Rust, Pink, Violet, Bronze und Taupe. Für viel Glow sorgen Silver, Gold, Paillettenstrukturen und Metallics. Modisches Highlight ist eine sportliche Glencheck-Optik.



## GABOR BAGS: FÜR ALLE ANLÄSSE

Raffungen und Falten verleihen den Handtaschen der „Everyday Elegance“-Kollektion eine stilvolle Raffinesse, während Metallic-Akzente an den Schulterriemen und dezente Glitzerdetails für einen Hauch von Glamour sorgen. Mit gewebten Gurtbändern, kombinierbaren Stoffen und weich schimmernden Materialien ergänzen Hobo, Shopper, Crossbody-Bag oder eine vielseitige Clutch das „Everyday Elegance“-Outfit. Die gesamte Klaviatur der Textur und Finesse wird in dem Thema „Texture Tales“ gespielt. Die Taschen dieses Themas zeichnen sich durch Oberflächenstrukturen, Glitzer- und Metallic-Akzente, Wildleder- und Nubuk-Imitate sowie raffinierte Gurtdetails aus. Die Kollektion „Evening Glamour“ verleiht Abenden einen Hauch von Luxus.

## L.CREDI: ZEITLOSE NEUINTERPRETATION



In der neuen Herbst/Winter-Taschen-Kollektion von L.Credi unterstreichen Clutch-Formen und Metallic-Materialien Eleganz und können sowohl klassisch als auch modern kombiniert werden. Kleine Taschenformen sind weiter nicht wegzudenken und kommen in Form von Cross-Bags, Mini-Beuteln oder Phone-Bags daher. Modelle in Canvas- und Flechtoptiken zeigen sich speziell für die früheren noch sommerlichen Monate, während Animal-Prints und -Prägungen den Übergang zum Herbst

schaffen. Ein Beispiel für eine zeitlose Neuinterpretation sind Taschen in einem aufregenden Hahnentritt-Jacquard. Runde Taschenformen spielen eine große Rolle, aber auch das Thema Softness wird groß geschrieben. Ob große Tote Bags, Pillow Bags oder kleine, softe Cross Bags, das Thema wird in verschiedensten Facetten umgesetzt.

## Tamaris: Von elegant bis alltagstauglich

Von extravagant bis praktisch – die Taschenkollektion von Tamaris präsentiert eine Vielzahl an Farben und Formen. Besonders auffällig sind die neuen Materialien und Strukturen. Neben auffälliger Steppung in Metallic über Lack, mit und ohne Kroko-Prägung, bis hin zu romantisch gemusterten Gobelinstoffen und Veloursoptiken finden sich auch zahlreiche Modelle mit den bekannten Oberflächen wie Nappa- oder Dollaroptik sowie Winterfavoriten wie Teddy und Fake Fur in der variantenreichen Kollektion. Die Formgebung der Kollektion reicht von geräumigen Businessstaschen mit oder ohne Überschlag, über sportliche und modische Modelle bis hin zu Abendtaschen in handlichem Format oder in Smartphone-Größe. Die Kollektion wird um praktische Rucksäcke im urbanen Look erweitert. Die Kollektion orientiert sich auch für diesen Herbst/Winter wieder an der Schuhkollektion.



## ✓ Suri Frey: Ruhige Designs und modische Highlights

Für die kommende Herbst/Winter-Saison setzt das Offenbacher Taschenlabel Suri Frey neben zurückhaltenden, ruhigen Designs auf modische Highlights. Ein starkes Thema sind unterschiedliche Shopperformate, die lässig in der Hand oder, dank separat mitgeliefertem Schulterriemen, auch crossbody oder über der Schulter getragen werden können. Ein Thema, das wieder Fahrt aufnimmt sind Bowlingbags. Sportive Formen werden ergänzt um feminine Kurzgriffstaschen mit einem oder zwei Griffen, oder auch Damentaschen mit knautschigem, kurzem Riemen, die in der Hand oder auch über der Schulter getragen werden. Überhaupt stehen kantige, gradlinige Formen mit leichtem Schwung neben Modellen mit weichen, gelegten Falten und weichen Rundungen. Nicht fehlen darf die Gürteltasche, die als größeres Modell auch modischer Ersatz für die Handtasche ist.



# MODELLE **EMILY&NOAH**



» **LÄSSIG**  
*Junger Allrounder mit feiner Narbenprägung.*

**PUFFER-TREND** «  
*Innovative Steppung in wertiger Lederoptik.*



» **FELLOPTIK**  
*Plüschgriffe und Kettendetails setzen modische Akzente.*



# MODELLE **PICARD**

» **KLASSISCH**  
*Minimalismus mit angesagtem Kroko-Print.*



# MODELLE **AIGNER**

» **ZEITLOS & WERTIG**  
*Perfekte Alltagsbegleiterin in klassischer Silhouette.*

Style



# MODELLHÖGL



» SOFTNESS  
Lässige Form mit feiner  
Narbenstruktur.

# SHOEZ » SCHAU

## MODELLGABOR



» CLASSIC WITH  
A TWIST  
Die lebhafteste Ober-  
flächenstruktur  
bringt Bewegung  
ins Spiel.



» PUNK-TREND  
Feine Nieten sorgen für  
Glamour-Moments.



» WINTER FAVOURITE  
Flauschiger Überschlagn  
für cleane Taschen.



MINIMALIMUS «  
Junger Allrounder mit  
feiner Narbenprägung.

## MODELLETAMARIS

## ALTHAUS verlässt Assima HOCH 2

Geschäftsführer Günter Althaus verlässt Ende März die Lederwaren-Verbundgruppe Assima hoch 2. Der ehemalige ANWR-Vorstandschef wechselt zum 1. April in den Vorstand der Reformhaus eG. Zu diesem Zeitpunkt installiert Assima hoch 2 einen Aufsichtsrat mit Organstellung. Dieser sechsköpfige Aufsichtsrat wird mit drei Vertretern der Assima Beteiligungsgesellschaft, zwei Vertretern der EMC hoch 2 und Prof. Dr. Andreas Kaapke besetzt. Mit Wolfgang Pachali und Jonah Althaus bleiben zwei Geschäftsführer im Unternehmen. Neu in die Geschäftsführung der Assima hoch 2 GmbH ist ab April Nils Reu. Der studierte Wirtschaftsingenieur war unter anderem sechs Jahre – von 2011 bis 2017 – Mitglied der Geschäftsleitung der Thorka GmbH (McNeill). Heute ist er für seine Unternehmen Customer First Agency und Neoaccess Trading GmbH tätig. Die Verbundgruppe vertritt nach eigenen Angaben 50 selbstständige Leder-Fachhändler mit über 120 Lederfachgeschäften in Deutschland.



### Verstärkung für Central Trade Germany

Seit dem 1. Januar verstärkt Mirko Schopp als Sales-Manager das Team um Bernd Hillen bei der Central Trade Germany GmbH in Rheinbreitbach. In seiner neuen Position als Vertriebsleiter und Key Account Manager übernimmt Schopp die Verantwortung für den weiteren Ausbau der Markenpräsenz für die australische Schuhmarke Blundstone in Deutschland und Österreich sowie für die Taschenmarke Manhattan Portage aus New York in Deutschland, Österreich und den Benelux-Ländern. Unterstützt wird Schopp von Ioana Morar als Innendienstleiterin bei der Central Trade Germany. Mirko Schopp verfügt über mehr als zwei Jahrzehnte Erfahrung in der Schuh- und Taschenbranche. Seine Karriere startete Schopp bei der Birkenstock-Gruppe, wo er für die Marken Tatami und Betula zuständig war. Zu seinen weiteren Karrierestationen zählen unter anderem Sales-Manager-Positionen bei der Tom Tailor Group, bei der Leonhard Heyden GmbH, bei der Hamm Market Solutions GmbH & Co. KG und bei der Brandpool GmbH & Co. KG. Bis Dezember 2023 war Mirko Schopp als Area Sales Manager bei der Jost GmbH in Hachenburg tätig.



### PERSONELLE VERSTÄRKUNG BEI BEHEIM

Der Lederwarenspezialist Beheim International Brands verstärkt das Team mit Melissa Van Duzer als Head of Design und Kathrin Hümmeler als Area Sales Managerin für den Raum Nordrhein-Westfalen. Die Fashion-Designerin Melissa Van Duzer startete als Stellvertretung für Anke Fabritius und übernahm dann im Januar 2024 den Staffstab von ihrer Vorgängerin komplett. Die gebürtige Amerikanerin hat mehr als zehn Jahre Erfahrung im Taschen-, Accessoires und Schuhbereich, so arbeitete sie bei Marken wie Comma, Derek Lam und Cybex.



Melissa Van Duzer



Kathrin Hümmeler

Kathrin Hümmeler startet mit dem Verkauf der Herbst/Winter 2024-Kollektion ihre erste Orderrunde für Beheim International Brands als Sales Managerin in Nordrhein-Westfalen. Die 54-Jährige hat fast 30 Jahre Erfahrung, unter anderem mit Stationen bei Ahlers und Hamm Market Solutions, wo Sie Marken wie Baldessarini, Tommy Hilfiger Footwear und Napapijri verkauft hat.



### Sympatex erweitert Vertriebsteam

Der Membran-Spezialist Sympatex erweitert sein Vertriebsteam um zwei Business Development Manager. Mit Leandra Reisner gewinnt Sympatex eine junge Expertin im Bereich nachhaltiger Textilinnovationen. Die gelernte Textil- und Bekleidungstechnikerin war zuletzt bei der Weichert Agencies GmbH als Sales Representative tätig. Bei

Weichert war Reisner maßgeblich für den Aufbau des US-Markts sowie für Messen und Lieferanten verantwortlich. Eric Brendel, Diplom-Ingenieur Textil- und Bekleidungstechnik, bringt über 26 Jahre Erfahrung in der Outdoorbranche im Marketing und Vertrieb von technischen Materialien mit.

### NEUE EMU-AGENTUR FÜR ÖSTERREICH

EMU Australia ist ab sofort über die Concept Agency Nina-Jo für den österreichischen Markt erhältlich. Die Agentur hat ihren Sitz im Gusswerk in Salzburg. Nicht nur die Agentur sitzt in Österreich, sondern auch das zukünftige Lager. Von Tirol aus können die Händler schnell und unkompliziert bedient werden. Die Concept Agency von Nina Eibel hat zudem unter anderem die Marken Newd.Tamaris und Reef im Portfolio.

### Crocs-Markenpräsidentin geht in Ruhestand

Crocs-Markenpräsidentin Michelle Poole wird Anfang Mai in den Ruhestand gehen. Sie wird durch die Finanzchefin des Unternehmens, Anne Mehlman, ersetzt. Mehlmann werde die Position des CFO solange ausüben, bis ein Nachfolger gefunden ist, so CEO Andrew Rees. Poole wird dem Unternehmen bis Anfang 2025 als Beraterin erhalten bleiben. Die 55-Jährige ist seit 2017 im Unternehmen und stand seit 2020 an der Spitze der Schuhmarke Crocs. Mehlman kam 2018 als CFO zu Crocs zurück, nachdem sie zwischen 2011 und 2016 als Vizepräsidentin für Unternehmensfinanzierung bei der Marke tätig war.



Anne Mehlman



Michelle Poole



## VF CORPORATION HOLT FRÜHERE DONNA KARAN-CHEFIN

Der kriselnde US-amerikanische Bekleidungs- und Schuhkonzern VF Corporation verstärkt sein Management. Die Muttergesellschaft von Marken wie The North Face, Vans und Timberland hat Caroline Brown in den Vorstand des Unternehmens berufen. Brown verfügt nach Angaben des Konzern über mehr als 30 Jahre Erfahrung in der Bekleidungsbranche. Nach Stationen bei Giorgio Armani, Akris und Carolina Herrera war Brown von 2015 bis 2017 CEO von Donna Karan. Zuletzt war sie Geschäftsführerin bei Closed Loop Partners, einer in New York ansässigen Investmentfirma.



## Hooijer Footwear Group verstärkt Vertrieb

Thomas Lugmeier verstärkt seit Jahresbeginn das Vertriebsteam der Hooijer Group in Bayern und Österreich. Lugmeier war zuvor mehr als zwölf Jahre für die Marke Clarks tätig. Er ist Ansprechpartner für die Marken Heydude, Crocs und Tofvel. Mit ihm nimmt das Unternehmen eine Umstellung in der Markenverteilung vor. Gerd Neubauer übergibt Heydude und Crocs an seinen Kollegen und wird zukünftig die Marken Lazamani und Scholl in der Schweiz, Österreich, Bayern, Baden-Württemberg, dem Saarland, der Pfalz und dem südlichen Nordrhein-Westfalen repräsentieren.



Gerd Neubauer (links) und Thomas Lugmeier

## LIVING KITZBÜHEL BAUT FÜHRUNGSTEAM AUS



Der Kitzbüheler Walkwaren-Spezialist Living Kitzbühel hat die Grazerin Christina Wittmann als neue Head of Product engagiert. Wittmann kommt von der Leder & Schuh AG (Humanic & Shoe4You Österreich), wo sie über 16 Jahre tätig war und zuletzt als Head of Product Management den gesamten Einkauf und die Einführung innovativer Produkte verantwortete. „Ihr Know-how und ihre Modekompetenz wird Living Kitzbühels Produktausgabe bereichern und neue Akzente setzen“, so CEO Julian Hermsdorf.



## Puma ernennt Strategie-Direktorin

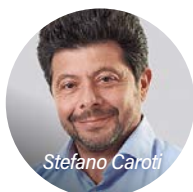
Das Sportunternehmen Puma hat Julie Legrand (43) zum Senior Director Global Brand Strategy ernannt. In dieser Rolle soll sie die Markenbegehrlichkeit steigern. Legrand, die direkt an den Vice President Brand & Marketing Richard Teyssier berichten wird, hat 20 Jahre Erfahrung im Marketing und Brand Management. Zuletzt war sie Global Brand Director bei H&M, davor hatte sie verschiedene Führungspositionen im Marketing und Brand Management bei Procter & Gamble inne. Die Besetzung der Position folgt auf die im Juni getroffene Entscheidung, das globale Brand Management von Boston nach Herzogenaurach zu verlagern.



Dave Powers

## WECHSEL AN DER DECKERS-SPITZE

Dave Powers, Präsident und CEO des Schuhhersteller Deckers Brands (Hoka, UGG), will am 1. August in den Ruhestand gehen. Stefano Caroti, der Chief Commercial Officer des Unternehmens, wird nach dessen Pensionierung die Nachfolge von Powers antreten. Powers kam im August 2012 zu Deckers und wurde 2016 CEO. Zuvor hatte Powers mehrere Führungspositionen bei Converse, Timberland und Gap inne. Caroti verfügt über mehr als 32 Jahre Branchenerfahrung. Er wurde im April 2023 zum COO von Deckers ernannt, nachdem er fast acht Jahre lang als Omni-Channel-Präsident des Unternehmens und Interimspräsident von Hoka fungiert hatte.



Stefano Caroti



Maite Kelly mit ihrer Maite x Sioux Sneaker-Kollektion

## MAITE KELLY NEUE MARKEN-BOTSCHAFTERIN VON SIOUX

Das Schuhlabel Sioux hat im Jahr seines siebzigjährigen Bestehens Schlagersängerin Maite Kelly als Kooperationspartnerin gewonnen. Mit unzähligen Auszeichnungen und einer Vielzahl an Nummer-1-Hits ist Maite Kelly eine der populärsten Solo-Künstlerinnen und Songwriterinnen in Deutschland mit einer millionenfachen Reichweite. Kelly entwarf in Zusammenarbeit mit dem Sioux-Kreativteam eine exklusive „Maite Metallic“-Sneaker-Kollektion, die ab Mitte April 2024 in ausgewählten Fachgeschäften erhältlich ist. Lewin Berner, CEO von Sioux betont: „Wir sind stolz darauf, dass wir zusätzlich zu Til Schweiger nun mit Maite Kelly eine weitere sympathische und hochkarätige Markenbotschafterin gewinnen konnten.“

ANZEIGE



»Ich bin bei GMS, weil ich stets einen Ansprechpartner für Probleme und Fragen habe!«

**Elke Lux**  
Bequeme Schuhmode, Halle

[www.GMS-Verbund.de](http://www.GMS-Verbund.de)

## INSOLVENZVERWALTER WILL ZERSCHLAGUNG VON GALERIA VERHINDERN

Der Insolvenzverwalter von Galeria Karstadt Kaufhof, Stefan Denkhaus, will eine Zerschlagung der Essener Warenhauskette verhindern. „Wir haben den Plan, einen Investor für Galeria Karstadt Kaufhof als Ganzes zu finden“, sagte Denkhaus der Westdeutschen Allgemeinen Zeitung und dem Hamburger Abendblatt. „Wenn potenzielle Investoren Interesse an einzelnen Standorten oder Paketen von mehreren Filialen haben, nehmen wir dies zur Kenntnis. Bevorzugt sprechen wir aber zunächst einmal mit möglichen Käufern, die das Unternehmen in seiner Gesamtheit weiterführen wollen“, betonte Denkhaus. Schon im Frühjahr 2024 will er Klarheit zum künftigen Galeria-Eigentümer schaffen. „Unser Ziel ist, die Verträge spätestens im April unterschrieben zu haben.“ Es hätten sich bereits viele potenzielle Investoren gemeldet, sagte Denkhaus. „Das Warenhaus lebt. Galeria hat Zukunft und das ist auch entscheidend dafür, dass unsere Innenstädte nicht veröden“, so der Insolvenzverwalter. „Es muss ganz klar das Ziel sein, dass das die letzte Insolvenz ist. Die Chancen sind gut.“ Galeria-Chef Olivier Van den Bossche berichtet in dem WAZ-Doppelinterview von einem guten Weihnachtsgeschäft des Warenhauskonzerns. „Das Quartal von Oktober bis Dezember ist sehr gut gelaufen. Die Umsätze lagen über dem Vorjahr und die Besucherzahlen haben sich gegen den Markttrend erfreulich entwickelt“, sagte Van den Bossche. 16 der bundesweit 92 Filialen seien indes unrentabel. „Wir haben 16 Filialen, die durch die zu hohen Mieten unrentabel sind“, so der Manager.

## Fashionette startet Marken-Anbindung an Plattform

Nach dem Launch der Händler-Plattform im September 2023 erfolgt nun der nächste Schritt: Fashionette wird ab März die ersten Markenpartner live nehmen. „Die direkte Kooperation mit den Marken ist für uns der logische nächste Schritt. Wir bauen bestehende Marken weiter aus und bieten auch neuen Marken die Chance ihre Produkte an unsere Kunden zu verkaufen“, sagt Dr. Dominik Benner, CEO bei The Platform Group AG. Über das Plattform-Modell gebe es die Möglichkeit, deutlich mehr Sortiment zu zeigen als bisher, so Pia Nolte, Head of Marketplace Brands bei Fashionette. Als einzige Plattform in Deutschland biete Fashionette „so ein teures, hochwertiges Markenumfeld. Im Durchschnitt liegen wir bei deutlich über 300 Euro Verkaufspreis.“

## Veja eröffnet ersten General Store

Veja hat in Paris einen 100 Quadratmeter großen Store eröffnet, in dem die französische Sneaker Brand ihr Reparatur-Projekt weiter ausbaut. Zwei Schuster werden den ganzen Tag mit der Reparatur von Turnschuhen und Schuhen beschäftigt sein, und eine Schneiderin wird die Lebensdauer von Kleidungsstücken, unabhängig von der Marke, verlängern. Neben der Reparatur von Schuhen wird der Store unter anderem auch Bücher, Möbel, Socken, Schuhpflegeprodukte, Schnürsenkel, Werkzeugkästen, Reinigungsartikel und Schreibwaren im Sortiment haben. Der Veja General Store liegt im 10. Arrondissement in der Rue de Marseille in Paris, wo die Marke bereits vor 13 Jahren ihren ersten Concept Store eröffnet hatte.



## WORMLAND SUCHT INVESTOR

Die angeschlagene Theo Wormland GmbH ist im Rahmen des im Januar gestarteten Schutzschirmverfahrens auf der Suche nach einem strategischen oder finanziellen Investor. Den Antrag auf ein Schutzschirmverfahren hatte die Theo Wormland GmbH „vor dem Hintergrund einer wirtschaftlich herausfordernden Lage mit anhaltend hoher Inflation und inflationsindexierten Mieten“ gestartet, so das Unternehmen. Im Schutzschirmverfahren sollen diese mit den Vermietern nun nachverhandelt werden, um die Kosten auf ein profitables Niveau zurückzuführen. Während der 2023 erzielte Umsatz trotz rückläufiger Kunden-Frequenzen leicht über dem Vorjahr lag, konnten jedoch die inflationsbedingten Kostensteigerungen auch im Energie-, Logistik- und Personalbereich nicht ausgeglichen werden. Oberstes Ziel der anstehenden Beteiligungs-Verhandlungen: Der Erhalt der rund 400 Arbeitsplätze und die Weiterführung möglichst aller zwölf Standorte. Der Onlinehandel trägt heute rund elf Prozent zum Gesamtumsatz bei. Mittels eines Investorenprozesses soll nun das Unternehmen wirtschaftlich gestärkt werden. Aus Sicht der geschäftsführenden Gesellschafter Peter Wolff, Bernd Sölter und Tim Kälberer, die durch den Sanierungsexperten Dr. Jens-Sören Schröder aus der Hamburger Sozietät Johlke unterstützt werden, besteht für den Männermode-Experten eine aussichtsreiche Zukunftsperspektive. Als vorläufiger Sachwalter ist in diesem Verfahren Rechtsanwalt Torsten Gutmann von der Kanzlei Pluta bestellt worden. Den jetzt gestarteten Prozess übernimmt ein Team von Dr. Wieselhuber & Partner (W&P).

## Peter Hahn **SCHLIESST** fast alle Filialen

Im Rahmen seines Insolvenzverfahrens wird das Modeunternehmen Peter Hahn den Großteil seiner Filialen aufgeben, wie die „Immobilien Zeitung“ berichtet. Lediglich das Geschäft am Firmensitz in Winterbach (Baden-Württemberg) sowie zwei Outlets werden weitergeführt. Von insgesamt 17 Geschäften und Outlets, davon drei in der Schweiz, werden die übrigen geschlossen oder sind bereits geschlossen. Der Versandhändler, der zuletzt lediglich vier Prozent seines Umsatzes in den Filialen erzielte, befindet sich derzeit im Prozess der Trennung von seinem bisherigen Eigentümer, dem Finanzinvestor Equistone. Das Unternehmen strebt an, künftig eigenständig zu operieren und sich auf neue Wege zu konzentrieren. Die Entscheidung, den Großteil der Filialen aufzugeben, ist Teil der strategischen Neuausrichtung von Peter Hahn im Zuge des Insolvenzverfahrens. Das Unternehmen möchte stärker als bislang auf die Digitalisierung setzen.

## REXOR LEGT INFO-TOUR-TERMINE FEST

Die Düsseldorfer Verbundgruppe REXOR hat die Termine ihrer Info-Tour für die nächste Saison bekanntgegeben. Die Veranstaltungen finden am 28. Juli in Düsseldorf und einen Tag später am 29. Juli in Stuttgart statt. Dabei werden die Partner über die wichtigsten Trends für die Saison Frühjahr/Sommer 2025 informiert.



## Wenz geht an die Witt-Gruppe

Die insolvente Klingel-Gruppe hat den zehnten Markenverkauf abgeschlossen. Die Witt-Gruppe, ein Unternehmen der Otto Group, erwirbt die Marke Wenz und die Domain voraussichtlich mit Wirkung zu Anfang März. Wenz ist ein bekannter Online-Shop für Mode, Schmuck, Wohnartikel und Accessoires. Die Marke gehörte seit 1996 zur Gruppe und war zuletzt in Deutschland, Österreich, Belgien und den Niederlanden aktiv. In den vergangenen Monaten konnte die Klingel-Gruppe bereits die Marken Klingel, Alba Moda, Babista, Diemer, Happysize, Mona, Miamoda, Vamos und Wellsana veräußern. „Wir haben nahezu alle bekannten Marken der Klingel-Gruppe veräußert. Mit dem jetzigen Verkauf ist uns eine optimale Lösung gelungen“, so Klingel-Geschäftsführer und Pluta-Sanierungsexperte Marcus Katholing. Klingel-Geschäftsführer Cord Henrik Schmidt ergänzt: „Wir gehen davon aus, dass wir auch noch die Verkäufe der Marken Impressionen und Meyer Mode abschließen werden. Zudem haben wir die Chance, noch zahlreiche Produktmarken und entsprechende Domains zu veräußern, wie zum Beispiel Conleys.“ „Wir sind mit unseren Marken hervorragend im Segment 50plus positioniert“, erklärte Patrick Boos, CEO der Witt-Gruppe. „Wenz ist eine ideale synergetische Ergänzung für unsere Marke Heine im deutschsprachigen Raum und in den Niederlanden.“

## P&C WILL FLÄCHEN VERKLEINERN

Modehändler Peek & Cloppenburg will an einigen seiner 69 Standorte die Fläche verkleinern. „In einigen unserer Modehäuser gibt es Handlungsbedarf“, so Geschäftsführer Thomas Freude in einem Interview mit der „Rheinischen Post“. „Es wird Mixed-Use-Konzepte geben, mit Hotels oder Büros im gleichen Gebäude.“ Aktuell sei das Unternehmen im intensiven Austausch mit den Vermietern, der Prozess laufe noch. Peek & Cloppenburg musste im März 2023 Insolvenz anmelden und hat sich in Eigenverwaltung saniert. Anfang Oktober konnte P&C das Schutzschirmverfahren beenden. Als einen zentralen Grund für die finanzielle Schieflage des Unternehmens nannte Freude das weiterhin defizitäre Online-Geschäft: „Die digitalen Wachstumsfantasien waren zu groß. Wir sind jetzt wieder auf dem Weg, eine schwarze Null zu erreichen.“ Der Anteil des Online-Handels am gesamten Umsatz mache bei P&C aktuell zehn Prozent aus und solle auch weiterhin nicht mehr als 15 Prozent betragen. Im stationären Handel werde Peek & Cloppenburg 2025 mindestens zwei weitere Standorte in Deutschland eröffnen. „Einer wird im Paunsdorf-Center in Leipzig sein, den anderen verhandeln wir noch“, erläutert der Geschäftsführer. Außerdem wolle P&C den Umsatz in bestehenden Filialen erhöhen, indem weniger reduzierte Ware ins Angebot komme. „Wir werden uns den Rabattschlachten entziehen“, sagte Freude. „Künftig werden wir nur am Ende einer Saison Nachlässe auf spezielle Artikel anbieten, um den Bestand zu bereinigen. Aber wir werden keine pauschalen Rabatte mehr auf das gesamte Sortiment haben. Das war in den vergangenen Jahren eine Fehlentwicklung bei uns.“

## DZB BANK UNTERSTÜTZT ANWR-HÄNDLER

Die DZB Bank, hundertprozentige Tochter der ANWR Group eG, erweitert den Liquiditätsspielraum der zur ANWR-Unternehmensgruppe zählenden Schuh-, Sport- und Lederwarenhändler im In- und Ausland auch in diesem Frühjahr mit einem günstigen Zahlungsangebot. Jeder Händler erhält die Möglichkeit, im Zeitraum vom 20. Februar bis zum 20. April eine fällige Zahlung (Dekade) um 60 Tage zu verschieben. Hierfür wird eine Sonder-Saisonlinie in einem Gesamtvolumen von rund 100 Millionen Euro mit einem Zins von 0,99 Prozent bereitgestellt.



Der Leiter des neuen ANWR-Fachbereichs Retail Solutions: Maximilian Krien

### ANWR: Neuer Fachbereich für Retail Solutions

Die ANWR Schuh bündelt unterschiedliche Beratungsleistungen für den Fachhandel in dem neuen Fachbereich Retail Solutions: Dort werden künftig Angebote aus den

Bereichen Weiterbildung, Personalsuche, Nachfolgeplanung, die Koordination der ANWR-Netzwerke, aber auch die Entwicklung neuer Angebote und Zukunftsthemen zusammengefasst. Maximilian Krien wird die neue Einheit leiten. „Eine der größten Herausforderungen für die Handelsunternehmen ist aktuell das Finden und Binden von kompetenten und engagierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern“, betont Yvonne Breinlinger-Scheuring. „Mit der professionellen Bündelung der Kräfte in diesem Bereich und durch die strategische Weiterentwicklung unserer Angebote tragen wir dieser Aufgabe Rechnung.“ Außerdem wird Maximilian Krien für die ANWR den Bereich der Weiterbildung als Branchenlösung für Handel, Hersteller und Verbundgruppen weiterentwickeln. Der 34-Jährige ist seit 2020 bei ANWR Schuh verantwortlich für das Konzept Comfort & Trendschuh. Der neue Fachbereich ergänzt den von Josef Sax geleiteten Fachbereich der Handelsberatung und Händlerbetreuung.

## JD SPORTS ERÖFFNET FLAGSHIP IN MÜNCHEN

Die Tage von Sport-Scheck in der Neuhauser Straße sind gezählt. Der insolvente Sportartikel-Händler, der zum Signa-Imperium gehört, muss aus dem Joseph-Pschorr-Haus ausziehen. Derweil bezieht die Konkurrenz vis-à-vis Stellung: Mitbewerber JD Sports sicherte sich in Münchens Toplage seinen größten deutschen Flagship-Store. Hierfür mietet der britische Multichannel-Einzelhändler für Sport- und Freizeitbekleidung die ehemals von H&M genutzten Räumlichkeiten auf der Kaufingerstraße an. Das Objekt hat eine Größe von rund 2.700 Quadratmetern, wobei sich die Verkaufsfläche auf drei, statt der bisher vier genutzten Ebenen erstrecken wird. Europaweit wird es der zweitgrößte Store nach der Oxford Street in London sein und in einem speziellen, einzigartigen Design voraussichtlich noch dieses Jahr eröffnen. Vor Übergabe wird der Eigentümer jedoch noch umfangreiche Um- und Ausbaumaßnahmen durchführen. Bislang gibt es JD-Filialen in den Einkaufszentren PEP und OEZ.

ANZEIGE

### Schuh-Musterkoffer



### Rommel

Musterkoffer,  
Gerätekoffer und  
Spezialkoffer

Uhlandstraße 51  
60314 Frankfurt/M.  
Tel. 069-43 51 91  
Fax 069-49 02 75  
info@Rommel-Koffer.de  
www.Rommel-Koffer.de

## SKECHERS KNACKT ACHT-MILLIARDEN-DOLLAR-MARKE

Der amerikanische Schuhhersteller Skechers hat im vergangenen Jahr erstmals die Acht-Milliarden-Dollar-Umsatzmarke übersprungen. Der Umsatz stieg 2023 um 7,5 Prozent auf 8,00 Milliarden US-Dollar (7,35 Millionen Euro). Während sich die Erlöse in den USA um 0,8 Prozent reduzierten, erhöhten sich die Auslandsumsätze um 13,3 Prozent. Das D2C-Geschäft war mit einem Plus von 24,3 Prozent der Wachstumstreiber, der Großhandel ging vor allem wegen des schwachen US-Geschäfts um 2,8 Prozent zurück. Für das laufende Jahr prognostiziert der Vorstand ein weiteres Umsatzwachstum auf 8,60 bis 8,80 Milliarden US-Dollar. Das Umsatzziel von 10 Milliarden US-Dollar bis 2026 bleibt bestehen. Dank einer erhöhten Bruttomarge aufgrund höherer Durchschnittspreise und eines höheren Anteils von Direktverkäufen an Verbraucher stieg der operative Gewinn um 238,1 Millionen US-Dollar auf 784,8 Millionen US-Dollar. „Dieser Erfolg spiegelt die starke weltweite Nachfrage nach unseren Komforttechnologieprodukten wider, insbesondere in unserem Direct-to-Consumer-Geschäft“, so COO David Weinberg. Das Großhandelsgeschäft leide unter den hohen Lagerbeständen vieler Einzelhändler.

## Lederett meldet Insolvenz an

Der Recycling-Spezialist für Leder und Textilien Lederett GmbH hat Insolvenz angemeldet. Das Amtsgericht Chemnitz hat über das Betriebsvermögen des über 100 Jahre alten Familienunternehmens in Siebenlehn das Insolvenzverfahren eröffnet und für Ende April eine Gläubigerversammlung angesetzt. Lederett ist die Nachfolgefirma des VEB Lederfaserwerks Siebenlehn, der in der DDR der größte Hersteller für Lederfaserstoff und nach Firmenangaben „Schlüsselbetrieb für die gesamte Schuhindustrie der DDR“ war. Zuletzt hatte sich das nach der Wende privatisierte Unternehmen auf das Recyceln von Leder und Stoffresten, von Pappbechern und Kaffeesatz spezialisiert. Lederett ist nach eigenen Angaben „ein führender Hersteller für die Entwicklung und Produktion von hochwertigen Oberflächenmaterialien und Werkstoffen aus recycelten Textilien, Lederverschnitten und Produktionsresten“. Die Produkte werden unter dem Markennamen Refalet vermarktet.

## Geox vermeldet Umsatzminus

Der italienische Schuhhersteller Geox SpA hat Geschäftsjahr 2023 nach vorläufigen Zahlen einen Umsatzrückgang von 2,2 Prozent auf 719,6 Millionen Euro verzeichnet. Bei konstanten Wechselkursen wäre ein kleines Plus von 0,3 Prozent erzielt worden. Die Umsatzerlöse des vierten Quartals in Höhe von 138 Millionen Euro lagen sogar 17 Prozent unter Vorjahr. „Das äußerst komplexe makroökonomische Umfeld gepaart mit den außergewöhnlichen Wetterereignissen im Mai und September“ hätten 2023 zu einem „Jahr der Stabilisierung“ nach dem starken Wachstum der beiden vorangegangenen Jahre gemacht, heißt es in einer Mitteilung. Zudem sei die Zahl der eigenen Geox-Stores aus Rentabilitätsgründen gezielt reduziert worden. Die Anzahl der weltweiten Geschäfte inklusive Franchise-Stores ging binnen Jahresfrist um 62 auf 655 zurück. Allein diese Maßnahme sorgte für ein Umsatzminus von 5 Prozent. Die Großhandelsumsätze hingegen stiegen leicht um sechs Prozent auf 371,8 Millionen Euro. Während die Umsätze im Heimatmarkt Italien um 3,1 Prozent auf 200,8 Millionen Euro wuchsen, gingen sie in den übrigen europäischen Märkten um 7,1 Prozent auf 304,6 Millionen Euro zurück. Insbesondere der deutsche Markt habe negativ performt.

## PAUL GREEN VERWENDET KÜNFTIG GORE-TEX



Paul Green hat eine Partnerschaft mit Gore-Tex angekündigt. Ab der kommenden Herbst-Winterkollektion setzt die Damenschuhmarke auf Produkte mit der Gore-Tex-Membran. Die Membran kommt bei ausgewählten Glattleder-, Nubuk- und Veloursleder-Modellen zum Einsatz. Für das Futter bietet Paul Green die Wahl zwischen Gore-Tex-Warmfutter und -Kaltfutter.

## Zegna baut neue Schuhfabrik

Der italienische Luxuskonzern Ermenegildo Zegna Group wird in Norditalien eine neue Produktionsstätte für Luxuschuhe und Lederwaren eröffnen. Die Fertigstellung der neuen Anlage in Sala Baganza bei Parma ist bis Ende 2026 geplant. Die 12.500 Quadratmeter große Fabrik soll einmal bis zu 300 Mitarbeiter beschäftigen. Der Schritt der Zegna-Gruppe, die ihren Sitz in der norditalienischen Region Piemont hat, aber in New York börsennotiert ist, zielt darauf ab, die italienische Handwerkskunst in einer Zeit zu fördern, in der es der Luxusindustrie an Facharbeitern mangelt. Die Einrichtung wird auch als Forschungs- und Entwicklungszentrum fungieren. Der italienische Konzern besitzt die Marken Zegna und Thom Browne und betreibt Tom Ford Fashion im Rahmen einer langfristigen Lizenzvereinbarung mit den Estée Lauder Companies. Ende 2023 beschäftigte die Ermenegildo Zegna Group mehr als 7.000 Mitarbeiter und erwirtschaftete im Jahr 2023 einen Umsatz von 1,9 Milliarden Euro.

## VALLEVERDE SETZT WACHSTUMSKURS FORT

Der Aufschwung beim italienische Schuhhersteller Valleverde setzte sich auch im Jahr 2023 fort. Der Umsatz stieg um 28 Prozent auf rund 32 Millionen Euro. 65 Prozent des Umsatzes werden mit Damenschuhen erwirtschaftet, der Rest verteilt sich auf Herrenschuhe, Taschen und Accessoires. Valleverde-Schuhe werden in über 1.200 Multimarkengeschäften verkauft: Der italienische Markt ist immer noch der wichtigste Referenzmarkt, aber das Management strebt zunehmend nach Internationalisierung, um das Wachstum zu stärken. „Nachdem wir Italien konsolidiert haben, sind wir bereit für die Expansionsphase auf ausländischen Märkten“, kündigte Elvio Silvagni an, Chef der Silver1-Gruppe, zu der Valleverde gehört, an. 20 Prozent der Schuhe werden nach Europa exportiert. Stärkste Märkte sind Griechenland, Frankreich, die Schweiz, Österreich, Deutschland und Malta. Die Produktion der insgesamt 600.000 Paare pro Jahr erfolgt in Europa, davon 60 Prozent in Italien.



Elvio Silvagni



## Die neuen Mediadaten sind erschienen!



Planen Sie jetzt Ihre Werbung für das neue Jahr. Bestellen Sie direkt Ihr persönliches Exemplar unter Telefon +49 (0)641 795 08-11 oder per E-Mail: [mw@shoez.biz](mailto:mw@shoez.biz).

## SHOEZ 4 erscheint am 25. März 2024

### SPECIALS:

- Funktion im Schuh
- Vegane Schuhe: Nische oder Zukunftsmarkt?
- Schuhtechnik: Leder, Synthetics, Membranen, Sohlen, Absätze, Schuhmaschinen

### VORSCHAU:

- Texprocess, Frankfurt am Main
- Techtexil, Frankfurt am Main

### Anzeigenschluss: 11. März 2024

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

## SHOEZ ABONNIEREN?

Tel.: +49 (0) 641 795 08-13

E-Mail: [gk@shoez.biz](mailto:gk@shoez.biz)

## PRO-LEDER

Die einzige deutschsprachige Fachzeitschrift für alle, die professionell mit Leder arbeiten.

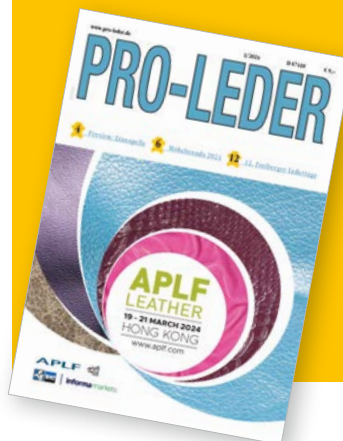
### Themen im aktuellen Heft:

- Kommentar: Deutschland, quo vadis?
- Staatliche Versäumnisse bei EU-Verordnung Entwaldungsfreie Lieferketten
- Carbon Footprint von Rindsleder

Bestellen Sie noch heute Ihr persönliches Probe-Exemplar - natürlich gratis!

Telefon: +49 (0) 641 795 08-13

Mail: [gk@pro-leder.de](mailto:gk@pro-leder.de)



## 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)

## 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)



## Wir kaufen Deine Schuhe!

Lagerbestände,  
Geschäftsaufgaben,  
Restposten

Tel.: 0155 66586760

# Impressum

### Verlag und Herausgeber:

Professional Media GmbH  
Im Westpark 15  
D-35435 Wetztenberg

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 Georg Kamnakis)

### Anzeigenverkauf:

Telefon: +49 (0) 641 795 08-11

(Leitung Manfred Willsch)

### Vertretungen:

#### 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)

#### 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: € 5,50, im Abonnement jährlich € 63,90 (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. 28, gültig ab 1. Januar 2024. Erfüllungsort ist Wetztenberg.

### 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.



IMACS.PA. - AFH - AGENTUR FÜR HANDELSMARKETING GMBH - JÜRGEN FRIEDL - MOB. +49 (0) 176 32657493 - E-MAIL: J.FRIEDL@AFH-HANDELSAGENTUR.DE



PRIMIGI.IT/DE

## ZEHN GRÜNDE PRIMIGI ZU WÄHLEN

<b>ERGONOMIC SHAPE</b>  ERGONOMISCHE FORM UND HOHER TRAGEKOMFORT	<b>EASY FITTING</b>  EINFACH EINZUZIEHEN	<b>ANTISHOCK</b>  SCHOCKABSORBIERENDER HINTERBEREICH	<b>SKY EFFECT</b>  LUFTDURCHLÄSSIGE DECKSOHLE ANATOMISCHE FORM	<b>FLEXIBLE ACTION</b>  AUSGESPROCHEN FLEXIBLE SOHLE
<b>REMOVABLE INSOLE</b>  HERAUSNEHMBARE DECKSOHLE	<b>LIGHTNESS</b>  SUPERLEICHT	<b>SOFT-COMFORT</b>  WEICHES WOHLBEFINDEN	<b>NICKEL-FREE</b>  NICKELFREIE METALLTEILE	<b>CHROME-FREE LINING</b>  CHROMFREIES LEDERFUTTER

# PRIMIGI®

EIN FABELHAFTES ABENTEUER