



Muntere Runde (v.l.): Alexander Radermacher, Claudia Döpke, Sylvia Klemens, Dr. Claudia Schulz, Britta Görtz, Martin Wuttke, Peter Skop

Die **KUNDIN** nicht überfordern

Zur guten Tradition geworden ist der Trendtable, den das DSI und der SchuhMarkt gemeinsam veranstalten. Was zunächst während der GDS als abgeschlossene Expertenrunde stattfand, ist nun zum zweiten Mal auf der Gallery Shoes öffentlich geworden. Die siebte Veranstaltung in Folge führte Modeexperten, Handel und Industrie zum produktiven Austausch zusammen.

Ein sehr gut besuchter erster Mes- setag auf der Gallery Shoes. Der Handel füllt die Messehallen auf dem Areal Böhler. Nebenbei zweigt man sich hier und da ein wenig Zeit ab für Veranstaltungen, die bei der Orientierung helfen können, so auch für den Trendtable, den das DSI und der SchuhMarkt zum inzwischen siebten Mal veranstalten, das zweite Mal als offiziell offene Veranstaltung. Manfred Junkert, Hauptgeschäftsführer des Schuhherstellerverbands HDS/L und die Messe-Chefin Ulrike Kähler begrüßten die Tradition des Austausches in Form des Trendtables.

Die Besucher durften sich auf eine kleine, aber feine Expertenrunde freuen, die die aktuellen Trends und Nicht-Trends der Saison Herbst/Winter 2018/2019 besprach. Die herauszuarbeiten, gestaltet sich in einer Welt, in der „alles geht“, zunehmend schwieriger. Die Kunden und Kundinnen sind zwar offen für Neues, wollen sich aber auf der anderen Seite nichts vorschreiben lassen. Die neue Ware muss für sie sofort eine gewisse Selbstverständlichkeit haben, meinte Schuhhändlerin Britta Görtz vom Schuhhaus Meyer in Lübbecke.

Die Streetwear, nicht die Mode-Elite, ist

die wichtigste Inspirationsquelle für die Kreativen von Paris bis New York, stellte Moderatorin Dr. Claudia Schulz vom Deutschen Schuhinstitut (DSI) fest. „Für Einkäufer gibt es eigentlich zu viele Themen“, meinte denn auch Martin Wuttke von der Trend-Agentur NextguruNow. Er halte es mit dem Motto der Designerin Dorothee Schumacher, meinte, es gehe darum, das Ausrufezeichen oder den Punkt bei der Bekleidung zu finden. Cross-Dressing, den Mix verschiedener Stile, sieht daher auch Alexander Radermacher, Trend-Experte bei der Igedo Company, als das Thema der Zeit an.



Leidenschaft für Mode und Schuh – spürbar bei der Expertenrunde.

Viele Kleider seien für die Saison zu erwarten, die Bilder würden aber auch durch Mäntel – klassisch Karos oder auch Trenchcoats – geprägt. Hier sehe er Stiefel wie die sogenannten Slouch-Typen – Falten werfende weiche Obermaterialien, vorzugsweise Velours – Overknees und Ankleboots. Wuttke verwies zudem auf die Mäntel aus Hightech- beziehungsweise Nylon-Materialien, die im stationären Handel nicht in ausreichendem Maße zu finden seien. „Es ist eine Schande, dass wir die jungen Kunden in die Arme von Asos treiben“, meinte er.

Stiefelette, Bootie und Co.

Mit dem Stiefelthema war eines der wichtigsten Themen angesprochen. In der vergangenen Saison hatte man Stiefel im Schuhhaus Peters in Rinteln nur verhalten eingekauft, berichtete Schuhhändlerin Claudia Döpke. Beim Thema Handwerklichkeit kommt der Wanderschuhstypus sowie

aber eine Rolle, denn die schmale Hose werde bleiben. Das Dilemma für die Macher formulierte Britta Görtz: „Die Stiefel müssen neu erfunden sein, aber sie müssen eine gewisse Selbstverständlichkeit ausstrahlen. Die Kundin muss sich gleich darin wohlfühlen, man darf sie nicht überfordern.“ „Wir spüren die Nachfrage“, erklärte Sylvia Klemens, Director und Produktentwicklerin für die Marken der Seibel-Gruppe. Zu Kleid oder Rock lieferten Stiefel und Stiefeletten die modische Aussage. Auch Western-Styles, konsumig umgesetzt und nicht zu extrem bei Absatz und Sprengung, könnten hier eine Rolle spielen. Chancen gibt dem in der reinen Form – also ohne Fransen und Stickereien – auch Wuttke, der überzeugt ist, dass dieser Style nicht mehr bei jedem im Schrank zu finden ist. Neben Western weist Radermacher auch den sogenannten Hobo-Style hin. Dies könne sogar ein Männerthema sein. Der Western biete viele Aspekte, die man bei Männerschuhen dezent einarbeiten könne, ist Britta Görtz überzeugt.

Männer lieben es casual

Das Geschäft mit Männerschuhen laufe verhalten, aber es ist nicht unmöglich, so Claudia Döpke. Männer sind stark casual-orientiert, lassen sich mit Hybriden und technischen Materialien überzeugen, so Wuttke. Tragbare Mode mit Reißverschlüssen bei den Booties verfiel Claudia Döpke. Beim Thema Handwerklichkeit kommt der Wanderschuhstypus sowie

Stiefeletten sind die neuen Pumps.



Foto: Gerry Weber

der Bikerboot ins Spiel – auch für die Damen. Profilsohlen, Velours, betonte Schnürungen prägen das Bild. Weibliche Komponenten sind Dekore, Blumen, Glitzer und feminine Nieten, bunte Bänder und Schleifen: „Bei den gelernten Schuhen darf richtig was dran sein“, so Britta Görtz. Allzu männliche Stiefel-Typen werden eher vorsichtig angefasst, so Döpke. Metallic wird weniger, sagt Sylvia Klemens, größere Bedeutung bekommen Farben und interessante, strukturierte Oberflächen. Farblich setzt sie stark auf Cognac und Bordeaux – zum Beispiel bei Gerry Weber – oder Rot und kräftiges Grün bei Josef Seibel. „Farbe läuft bei sportiven Typen besser als Schwarz“, so Klemens. Im Synthetik-Sneaker-Segment sieht Wuttke Buntheit in allen Farbwelten, während im Lederbereich eher neutrale Farbgebungen angesagt sind. Der Sneaker bleibt als wichtiger Schuh, auch wenn die Runde in den Stiefeletten-Varianten das eigentliche modische Thema der Saison sieht. Starke Sohlen, gar die sogenannten Wolkensohlen der 90er-Jahre, sind erfolgreich, so Britta Görtz. Bodenbetonung, Plateau, feminin gehalten, passen zu etwas frecheren Outfits, so Klemens.

Was geht gar nicht?

Pumps und Ballerinas werden von den meisten der Diskussionsrunde als nur gering einzukaufen eingestuft. Sie verlieren zugunsten von Booties und Stiefeletten. Etwas stärker werden Loafer gesehen. op

Teilnehmer am Trendtable von DSI und SchuhMarkt:

- Britta Görtz, Schuhhaus Meyer, Lübbecke
- Sylvia Klemens, Director Produktentwicklung Josef Seibel Gruppe
- Claudia Döpke, Schuhhaus Peters, Rinteln
- Alexander Radermacher, Igedo Company (Trend-Experte)
- Martin Wuttke, NextguruNow (Trendforscher und Modeurop-Berater)
- Dr. Claudia Schulz, DSI
- Peter Skop, SchuhMarkt

