

# URLAUB

## für's Auge



„Man muss sich immer wieder neu bewegen, wenn man den Anspruch hat, das Besondere anzubieten.“

Anke Zimmermann, Rosa Valenz, Bad Honnef

### Die Micam – Schuhfenster der Welt

*Die italienische Schuhmesse Micam Milano bleibt auf Erfolgskurs. Für Einkäufer aus aller Welt, aber auch für deutsche Schuhhändler, die modische Vielfalt und Kollektionen jenseits des Mainstream suchen, ist die Mailänder Messe ein Pflichttermin.*

Italien und Krise? Mitnichten! Trotz aller wirtschaftlichen Probleme schwelgen die Italiener zumindest augenscheinlich in Glanz und Gloria. Das gilt nicht nur für die neuen Kollektionen, sondern auch für das aufwändig gestylte Ambiente und die glamourösen, fast schon theatertauglichen Events. Sie verleihen der italienischen Micam ihre Alleinstellung und Anziehungskraft. Ein Hauch von Luxus umweht die großzügig gestaltete Halle 1: Auf dem eleganten Fashion Square

präsentieren sich Luxusmarken wie Fendi, Ferragamo, Gucci, Tod's und Prada mit Image-Ständen. Das ebenso opulente wie weitläufige Ambiente täuscht allerdings nicht darüber hinweg, dass die Anzahl der Aussteller auch auf der erfolgsverwöhnten Micam geschrumpft ist. Waren es noch vor wenigen Ausgaben über 1.500, zählte die Messe dieses Mal nur 1.364 Anbieter, davon 761 aus Italien. Und dennoch: Auch wenn viele kleine und mittlere italienische Unternehmen schließen mussten, überzeugt die Mailänder Veranstaltung nach wie vor mit modischer Vielfalt und einer Internationalität, mit der es zumindest keine andere europäische Schuhmesse aufnehmen kann.

#### RAUS AUS DEM EINHEITSBREI!

Unter modischen Aspekten lohnt sich der Besuch allemal. Neben der Vielzahl an Kollektionen bieten die Seminare von WGSN, der weltweit führenden Trendagentur für die Mode- und Kreativbranche und die inspirierend gestalteten Modenschauen spannende Einblicke in die Trends von übermorgen. Zur aktuellen Ausgabe haben die Veranstalter 44.227 Besucher gezählt (davon 60 Prozent aus dem Ausland), was in etwa dem Vorjahresniveau entspricht. Auffällig ist der Anstieg deutscher Einkäufer mit einem Plus von 9 Prozent. „Die Frequenz ist gut. Wir sehen hier die Einkäufer aller wichtigen Absatzmärkte. Aus Deutschland dürften es allerdings noch mehr sein“, stellt Hans-

Joachim Bertram vom italienischen Anbieter DL Sport stellvertretend für viele seiner Kollegen fest. Für Schuhhändler mit modischem Angebot ist die Micam jedenfalls unverzichtbar. „Wir kommen nach Mailand, um hier neue, nicht eingedeutschte Kollektionen zu sichten und zu ordern. Auf diese Weise wollen wir uns vom Einheitsbrei absetzen“, sagt Dunja Hillenhirchs, die mit befreundeten Händlerinnen durch die Hallen streift. Individualität spielt für immer mehr Händler eine wichtige Rolle – nicht zuletzt, weil sich viele (deutsche) Kollektionen immer stärker angleichen. Renata Monti vom gleichnamigen Geschäft in Berlin betont: „Weil ich in der Hauptstadt bin, brauche ich etwas Besonderes. Ich muss mich von anderen absetzen, um Erfolg zu haben.“ Über den Info- und Inspirationscharakter hinaus ist die Micam für viele Einkäufer auch ein Schreib-Termin. „Händler, die weder zur Gallery Shoes noch nach München kommen, schreiben in Mailand“, beobachtet Gudi Fokkens, die unter anderem mit dem spanischen Fabrikat Zinda auf der Messe vertreten ist. Die Händler profitieren auf The Micam nicht nur von einem breiten modischen Angebot an Kollektionen. Mailand ist pure Inspiration. An den Besuchern und Besucherinnen sieht man wie Mode mit Selbstverständlichkeit getragen wird. Beste Voraussetzungen also, um sich an die neuen Trends zu gewöhnen, bevor man selbst zur Order schreitet. „Das ist hier wie Urlaub fürs



## 5 Gründe, The Micam in Mailand zu besuchen

1. The Micam bietet das weltweit größte **Angebot** an Kollektionen des mittleren bis hochwertigen Genres für Damen, Herren und Kinder. Wir decken sowohl das sportliche wie auch das klassische Schuhsegment ab.
2. Auf The Micam findet man zahlreiche **Innovationen**: zum Beispiel vegane Schuhe oder neue, funktionelle und modische Materialien.
3. Auch die Messe selbst erfindet sich immer **wieder neu**. The Micam bietet Trendseminare mit WGSN und tolle Modenschauen.

4. **The Micam** – das heißt „Die Welt in Mailand“. Wir verzeichnen hier Aussteller aus 37 und Besucher aus 140 Ländern. Mailand ist die modischste Stadt der Welt – es ist dieser globale Spirit, der die Menschen anzieht.



5. Die deutschen Hersteller sind **traditionell** sehr stark im Komfort-Segment. Auch sie sind jetzt auf The Micam vertreten. Hier findet man das, wofür „made in Europe“ steht: Stil, Qualität, Technologie und Design.

Tommaso Cancellara, Geschäftsführer Assocalzaturifici

► „Auge“, bringt es Karin Hoschek von Sisento aus Augsburg auf den Punkt.

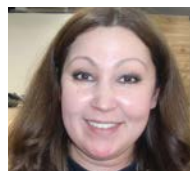
### THE PLACE TO BE

The Micam wird auch für immer mehr deutsche Marken zum Pflichttermin. „Wir müssen da sein, wo wir Kunden vermuten“, bringt es Achim Gabor auf den Punkt. Auch für Walter Breuer von Think! ist The Micam place to be: „Die Panorama ist die Info-Messe für den deutschen Markt. Auf der Micam werden internationale Geschäfte gemacht.“

Der frühe Termin, dieses Mal fand The Micam schon vom 11. bis 14. Februar statt, stößt nicht überall auf positive Resonanz. Axel Federlein, der mit Fru und Shi's in Mailand vertreten ist, bevorzugt einen etwas späteren Termin: „Dieses Mal ist die Messe sehr früh. Viele Kunden sind enttäuscht, weil sie noch keine perfekten, ausgefeilten Kollektionen sehen.“ Andererseits: Dass die Gallery Shoes erst nach Mailand stattfindet, finden viele Aussteller gut. „Man kann bestätigte Themen ausarbeiten und verbessern“, so Federlein. Und nicht zuletzt verleihe diese Terminfolge Düsseldorf mehr Relevanz. Fast perfekte Voraussetzungen also zur nächsten Ausgabe: dann findet The Micam vom 16. bis 19. September statt. Nach der Gallery Shoes (2. bis 4. September) aber wiederum kurz vor der Lineapelle (25. bis 27. September). *Dr. Claudia Schulz*

Sylvia Klement, Josef Seibel-Gruppe

„Wir sind u.a. in Mailand, weil wir auf der Gallery Shoes nicht genügend internationales Publikum antreffen.“



„Nur hier bekomme ich alles und habe ein Bild der gesamten modischen Kollektionen. Weil ich in der Hauptstadt bin, brauche ich etwas Besonderes, um mich von anderen abzusetzen.“

Renata Monti, Renata Monti, Berlin

„Ich fahre nicht zu anderen Messen. Ich bin ausschließlich auf italienische Marken spezialisiert und die finde ich nur hier. Alles was auf Deutschland eingedampft ist, gefällt mir nicht.“

Karin Hoschek, Sisento, Augsburg



„Wir haben hier viele Kontakte zum Start der Orderrunde. Das gibt die Möglichkeit, noch mal etwas zu verändern oder zu verbessern.“

Gudi Fokkens, Zinda