

Expertenfragen an  
Ulrike Kähler Project Director GALLERY SHOES  
für „Branchen-REPORT Schuhe 2017“

1) Dass Messen nicht über eine unbegrenzte Haltbarkeit verfügen, weiß man als IGEDO ganz genau. Denn auch die IGEDO – die einmal die deutsche Modemesse schlechthin war – musste sich immer wieder neu erfinden. Welche Erfahrungen sind Ihnen heute für die Gallery Shoes nützlich?

*1. Demut und Anerkennen, dass alles – war es auch noch so erfolgreich – dem Wandel der Zeit unterliegt. 2. Die Bereitschaft, Altes loszulassen, um sich befreit und neu nach vorne auszurichten. 3. Mut und Kontinuität verbunden mit der Fähigkeit, sich selbst nicht ins Abseits zu stellen oder ins Abseits stellen zu lassen, sondern mit transformierender Tatkraft frisch und visionär in eine neue Zukunft aufzubrechen. 4. Besinnung auf die eigene Erfahrung, die als Wert ein hohes Gut ist und die uns das Leben als bleibendes Geschenk der Reife im Wandel der Zeit lässt. Alles zusammen ein reicher Schatz, mit dem wir eine neue Schuhmesse in Düsseldorf mit Schwerpunkt internationale Orderplattform aufstellen.*

2) Sie müssen zwei Zielgruppen erreichen und mitnehmen: Die Lieferanten und den Handel. Welche Stellschrauben müssen gedreht werden, um die Wünsche beider Zielgruppen zu befriedigen?

*Alles steht und fällt mit dem Ausstellerportfolio: Die Kunst besteht darin, in relativ kurzer Zeit Aussteller anzuziehen und sich gegenseitig anziehen zu lassen, die einen spannenden, pulsierenden, kompetenten Komplex bilden, der internationale Strahlkraft für internationalen Fachbesucher besitzt. Zu den Stellschrauben gehört auch, terminliche Flexibilität mit entsprechender Anpassung an die Orderhochzeit, was als Bestandteil eines relativ starren Kalenders einer Messe nur schwer gegeben war. Unbedingt wichtig ist zudem, in einer neuen spannenden Location zu arbeiten, die im Falle des Areal Böhlert mit seinem eleganten Industrial Design einen komplett neuen Geist und frisches Feeling vermittelt.*

**3) Was unterscheidet neben den Äußerlichkeiten die Gallery Shoes von der GDS? Welchen strategischen Kurswechsel vollziehen Sie?**

*GALLERY SHOES kann mehr dem gegenwärtigen Zeitgeist nachkommen, als dies für die GDS der Fall war. In unserem überschnellen Online-Zeitalter geht es in der allgemeinen Geisteshaltung vor allem um eins: „Alles ganz schnell auf einen Blick. Und das möglichst ohne sich groß zu bewegen“. Dies heißt in eine langsamere Sprache übersetzt, dass ein kuratiertes Angebot kein schön klingender PR-Begriff, sondern wirkliche Notwendigkeit seitens der Branche selbst für eine neue Messeplattform ist. Sowohl Aussteller als auch Fachbesucher werden gegenseitig am meisten profitieren, wenn das Portfolio maximal geschärft, komprimiert und kompetent zusammen gestellt ist. Die Räumlichkeiten geben nur die äußere Notwendigkeit dafür vor. Letztlich aber will der Markt von einer Plattform größte Lupenreinheit, die höchste Schnelligkeit unter verschiedenen Aspekten anbietet. Unabhängig vom Zeitgeist wird aber gerade auch dem kleineren unabhängigen Schuhfachhandel ganz pragmatisch eine Plattform geboten, auf der viel weniger Zeitaufwand nötig sein wird, um maßgebliche Brands der europäischen Branche auf einen Blick anzutreffen. Aber selbst große Key-Accounter und maßgebliche Zentraleinkäufer schätzen diesen Service, der Zeit und Kosten spart.*

**4) Mit einer Flächenbeschränkung auf 150qm bzw. auf 35qm in den Concept Areas verliert die Gallery Shoes den Namen Messe wohl zu Recht. Wie reagieren die Aussteller auf diese Beschränkung?**

*Sehr gut! Weil auch dieser Fakt in die gleiche Richtung geht. Ich verwende an dieser Stelle nicht umsonst das Bild der atemberaubenden Schuhabteilungen internationaler Department Stores, in denen das gesamte Spektrum des Marktes in seiner Essenz abgebildet wird: Von den großen Key-Playern bis hin zum kleinen, innovativen und exklusiven Brand. Größe vermittelt nicht Klasse. Auf der GALLERY SHOES kann sich jede Marke ganz neu und befreit darstellen, ohne dass dies mit negativen Interpretationen aufgrund der gegebenen Größenverhältnisse einhergehen kann. Auf der GDS wäre es unmöglich gewesen, wenn eine große Marke sich plötzlich „boutiqueartig“ inszeniert hätte. Auf der GALLERY SHOES geht das. Unabhängig davon reduzieren sich mit kleineren Ständen die totalen Kosten, was mehr als zeitgemäß für alle ist.*

5) Das Sourcing-Segment findet auf der Gallery Shoes keine Berücksichtigung mehr. Wer tritt dieses Erbe an?

*Das Sourcing hat ideal zum Konzept der GDS gepasst. Wer dieses Erbe losgelöst von einer Messe oder als Bestandteil einer bereits existierenden Messe antritt, wissen wir nicht. Das gehört zum Aspekt des Loslassens und sich mit ganzer Kraft auf Neues zu konzentrieren.*

6) Laut unserem aktuellen Vertriebszenario bis 2025 könnte der Marktanteil des Schuhfachhandels im pessimistischsten Fall von heute 52 Prozent auf dann nur 41 Prozent sinken. Was erwarten Sie für die Zukunft und wie bereiten Sie sich darauf vor?

*Nun, ich habe nicht umsonst den Begriff Online im Zusammenhang der sich verfestigten Geisteshaltung unserer Zeit eingeworfen. Natürlich müssen wir uns diesen Entwicklungen stellen. Und umso wichtiger ist eine Plattform, die keine räumliche Übergröße ausfüllen muss, um in Zukunft mit Kontinuität und Beständigkeit kompetent, relevant und anziehend dazustehen.*

Düsseldorf, März 2017