

schuhkurier*

Anzeige

Gallery
FASHION

INTERNATIONAL TRADE SHOW
FOR FASHION, SHOES & ACCESSORIES

January 30 – February 1, 2021

Showroom Concept
January 28 – February 1, 2021

FASHION
&
SHOES

AREAL BÖHLER
GALLERY-DUESSELDORF.COM

 IGEDO
COMPANY

Gallery
SHOES

INTERNATIONAL TRADE SHOW
FOR SHOES, FASHION & ACCESSORIES

March 7 – 9, 2021

Showroom Concept
March 5 – 9, 2021

SHOES
&
FASHION

AREAL BÖHLER
GALLERY-SHOES.COM

Snipes: Fragen an Florian Pfeiffer

Was plant die
Gallery in Düsseldorf?

Mietminderung nach
Lockdown – geht das?

Wie erlebt der Handel
die Lage in Österreich?

Messen



Gallery Shoes & Fashion im September 2020.



„Unsere Messen sind Meeting Points“

Die Düsseldorfer Igedo Company plant für Ende Januar und Anfang März 2021 je eine Ausgabe der Gallery. schuhkurier sprach mit Messechefin Ulrike Kähler über die derzeitige Situation und ihre Erwartungen.

Teil-Lockdown in Deutschland. Großveranstaltungen, darunter auch Messen, sind im November untersagt. Das Infektionsgeschehen bleibt besorgniserregend. Schuh- und Modebranche befinden sich in einem Wechselbad der Gefühle zwischen Zuversicht und Sorge. Vergangene Woche sendete die Igedo Company ein Signal der Beruhigung an potenzielle Aussteller: Die Fristen für eine Anmeldung zu Gallery Fashion & Shoes (30. Januar bis 1. Februar 2021) und Gallery Shoes & Fashion (7. bis 9. März 2021) wurden auf Anfang bzw. Mitte Dezember verlängert. Auch nach Verstrecken dieser neuen Frist könnte man Kontakt zu den Verantwortlichen aufnehmen, so Ulrike Kähler. Man sei angetreten, um in der kommenden Orderrunde mit physischen Messen den Austausch zwischen den Branchenakteuren zu unterstützen.

schuhkurier: Wie schätzen Sie die Stimmung und Situation in der Mode- und Schuhbranche derzeit ein?

Ulrike Kähler: Es ist nachvollziehbar, dass viele Unternehmen in der Mode- und Schuhbranche derzeit sehr zurückhaltend und vorsichtig sind. Auf der anderen Seite gibt es Zuversicht und Vertrauen – auch in uns und unsere Pläne. Wir

haben schon eine Reihe von Zusagen für Januar und aus der Schuhbranche auch bereits für den März, obwohl bis dahin ja noch einige Monate vergehen. 2020 haben wir bewiesen, dass wir entsprechend der Situation gut aufgestellt waren. Daran halten wir fest. Man muss natürlich bedenken, dass die Situation aktuell deutlich ernster ist als im Frühjahr. Damals hatten wir keine fast 20.000 Neuinfektionen pro Tag. Zweifellos leidet der Handel derzeit enorm. Die Geschäfte sind geöffnet, alle Kosten laufen weiter. Und die Menschen halten sich zurück oder tätigen Bedarfskäufe, weil richtige Shoppinglust nicht aufkommen will. Es fehlt einfach die Gastronomie.

Wie intensiv stehen Sie aktuell mit Ausstellern und Händlern in Kontakt?

Unser Austausch mit Unternehmen aus Industrie und Handel war immer intensiv – und ist es auch jetzt. Aus der Situation heraus ergeben sich neue Notwendigkeiten und auch Möglichkeiten. Es gibt beispielsweise Unternehmen aus dem Ausland, die im Januar kein Visum für eine Reise nach Deutschland bekommen. Hier unterstützen wir, indem wir Agenturen vermitteln, die auf unserer Messe ausstel-



Ulrike Kähler

len und eine solche Kollektion in ihr Portfolio aufnehmen können. Es war mir immer schon wichtig, nicht einfach Quadratmeter zu vermieten, sondern die Menschen in unserem Business auch persönlich zu kennen. Wir wollen Taktgeber in unseren Branchen sein und den Akteuren im Mode- und Schuhbusiness physische Fixtermine bieten. Diese fallen vielleicht etwas kleiner aus als sonst.

Die Berliner Messen im Januar sind abgesagt. Aktuell ist es nicht möglich, eine Messe durchzuführen. Wie sehen Sie die Chancen für eine Gallery Ende Januar?

Wir sind mit den Behörden auf allen Ebenen in engem Austausch. Unsere Hygienekonzepte stehen, wir haben unsere Hausaufgaben gemacht. In den beiden zurückliegenden Saisons war es gelungen, die Verantwortlichen in der Politik davon zu überzeugen, dass eine Fachmesse nicht vergleichbar ist mit einer Publikumsveranstaltung. Wir arbeiten da-

ran, dass dieser Unterschied auch in der kommenden Saison wieder gemacht wird. Ich kämpfe nicht nur für die Mode- und Schuhbranche, sondern auch für die Veranstaltungsbranche. Für die Menschen, die bei uns beschäftigt sind und alle, die an unseren Events mitwirken.

Inwieweit sind digitale Tools eine denkbare Alternative für Sie?

Über dieses Thema haben wir intensiv nachgedacht und unsere Möglichkeiten ausgelotet. Aus meiner Sicht ergibt es keinen Sinn, die Gallery zu einem Onlineshop zu machen. Eine physische Messe als digitales Format – das ist, wenn man ehrlich ist, keine echte Alternative. Wenn überhaupt, sind digitale Tools ein Add-on für Aussteller und Besucher. Ich sehe beispielsweise Potenzial bei Themen wie der Digitalisierung der Lieferkette oder 3D. Hier könnten auch wir eine Rolle spielen, indem wir beispielsweise Akteure vernetzen.

Die letzte Gallery Fashion & Shoes hat gezeigt, dass die Menschen den persönlichen Kontakt schätzen. Was erhoffen Sie sich von den ersten Monaten 2021?

Wenn der Corona-Krise etwas Positives abzugewinnen ist, dann doch, dass Menschen mehr miteinander sprechen. Man greift eher zum Hörer als nur Emails zu schreiben. Unsere Messen sind Meeting Points und Plattformen für die Kommunikation – auch über das Ordergeschehen hinaus. Ich habe das in den zurückliegenden Monaten als sehr wertvoll und wichtig empfunden. Ich wünsche mir für die Schuh- und Modebranche, dass wir diese Funktion im Frühjahr 2021 wieder ausüben können. Und ich hoffe, dass die Menschen über die Weihnachtstage und Silvester hinweg Vernunft walten lassen, damit wir in der kommenden Saison wieder mehr Möglichkeiten für den persönlichen Austausch haben werden.

Autor Petra Steinke
Fotos Igodo Company
Infos www.igodo.com

