

GDS als internationale Schuhmesse bestätigt

Rund 24.500 Fachbesucher nutzten die Düsseldorfer Schuhmesse GDS vom 16. bis zum 18. März, um sich über die Trends der neuen Herbst-/Winter-Saison 2011/12 zu informieren und ihre Order zu platzieren. Insgesamt 1.220 Aussteller (GDS 844 und Global Shoes 376) aus 40 Ländern präsentierten die neuesten Schuh- und Taschenmodelle.



Statt Freitag bis Sonntag wie in den letzten Saisons, fand die GDS dieses Mal von Mittwoch bis Freitag statt. Während größere Häuser es begrüßten, ihre Einkäufer nicht am Wochenende nach Düsseldorf schicken zu

müssen, hätte sich manch kleinerer mittelständischer Händler lieber am Sonntag auf den Weg gemacht, als das Geschäft einen Tag lang der Mitarbeiterin zu überlassen. Insgesamt scheinen die Messe-Besucher mit dem neuen Termin aber zufrieden zu sein.

Kirstin Deutmoser, Direktorin der GDS und der Global Shoes freute sich jedenfalls: „82 Prozent der Besucher sind mit der neuen Tagefolge zufrieden und haben unser Konzept damit bestätigt. Wir haben unser Ziel erreicht: Es haben mehr Entscheider als sonst die Messen besucht.



Zusätzlich habe ich von vielen Ausstellern ein sehr positives Feedback über die Zahl der internationalen Besucher erhalten.“ Besucher aus Nachbarländern wie Österreich, Belgien, Frankreich oder den Niederlanden wurden ebenso gesichtet wie Schuhhändler aus anderen europäischen Staaten wie Großbritannien, Norwegen, Finnland oder Portugal oder sogar aus dem Libanon, Abu Dhabi, der Türkei, Dubai oder Russland.

Ein Grund für die vielen internationalen Besucher sieht Werner Dornscheidt, Vorsitzender



der Geschäftsführung der veranstaltenden Messe Düsseldorf, im stringenten Konzept der

GDS: „Den Besuchern gefällt der Aufbau der GDS. Die Einteilung nach Themenwelten bietet Orientierung und spiegelt den kompletten Schuhmarkt wider. In jedem Segment sind die wichtigsten Player im Markt vertreten und ermöglichen den Einkäufern, sich innerhalb von kürzester Zeit über die wichtigsten Trends und Kollektionen zu informieren.

Reges Interesse erntete die Szeneplattform „Design Attack“ in Halle 3, auf der sich 100 kreative Jungdesigner und schon bekanntere Labels mit ihren Kollektionen präsentierten. Nachdem Eddi Mackowiak, Ideengeber der



Design Attack, in der vergangenen Saison den Dschungel nach Düsseldorf geholt hatte, fanden sich die Besucher dieses Mal in einer glitzernden Eislandschaft wieder. Gut besprochen wurden auch die „White Cubes“ in

Halle 4. Dort wurden progressive Premium High Fashion Labels für ein ausgesuchtes Publikum in „weißen Würfeln“ exklusiv in Szene gesetzt.

Die Einkäufer suchten für die neue Saison nach Mode und angesichts des langen und kalten Winters auch nach wärmendem Schuhwerk. Die Nachfrage nach Goretex war bei vielen Anbietern groß. Aber auch das Nachorder-Geschäft für die Frühjahr / Sommer-Geschäft verlief gut. Viele Händler erwarten, dass die Geschäfte weiterhin gut oder sogar

noch besser laufen werden.



„Die Händ-

ler gehen optimistisch in die neue Orderrunde und suchen auf der GDS nach neuen Trends und Themen. Wir haben am ersten Messtag schon Aufträge mit neuen Kunden geschrieben“, erzählte Astrid Gogl, Area Managerin von Mexx. Auch Frank Bauer, Brand Communications von Birkenstock, freute sich über zahlreiche Neukunden, die den Weg auf den Messestand gefunden hatten. Birkenstock nutzte sogar einen zweiten Messestand für die Präsentation des blauen Fußbetts. „Mit

diesem Fußbett, das in jeden Schuh gelegt werden kann, kann der Handel ein schönes Zusatzgeschäft erzielen“, wünschte sich Frank Bauer. Bei Kinderschuh-Spezialist Superfit wurde die Messe auch für strategische Gespräche genutzt. „Wir stimmen uns hier mit unseren Kunden über die weitere Zusammenarbeit ab“, erklärte Verkaufsleiter Josef Renner.

Das neue Online-Konzept der GDS wurde gut genutzt und zeigte auch bei Prof. Dr. Rolf



Konrad, Sprecher des Vorstandes von Mephisto, Wirkung: „Positiv

sind mir die Internet-Lounge und die Twitter-Wall aufgefallen. Das ist etwas, was die Leute heute brauchen. Für uns gab es durch die nahe Standplatzierung zum Onlinebereich sogar mehr Frequenz am Stand, weil Besucher angezogen wurden wie von einem Magneten.“ Während der drei Messtage twitterte ein GDS-Onlineteam in Echtzeit und platzierte Infos und Bilder auf Facebook. Die GDS Website wurde stündlich aktualisiert und zeigte Bilder und Videos von der Messe.

Erstmals wurden im Rahmen der GDS gemeinsame Awards verliehen. Neu war die Auszeichnung „Schuhmann / Schuhfrau des



Jahres“, mit der ab sofort prominente Persönlichkeiten aus den Bereichen Mode und Lifestyle geehrt

werden. In dieser Saison ging der Preis die an TV-Moderatorin Frauke Ludwig, die durch das Tragen besonders ausgefallener

und ausgesuchter Schuhe auf sich aufmerksam gemacht hatte.

Auch die nächste GDS findet von Mittwoch bis Freitag statt und zwar vom 7. bis 9. September 2011.

Susanne Schaper