

marketing berater

BTE-Magazin  
für den Modehandel

# DER DROPS



# IST GELUTSCHT!

Nicht mit FashionAPPucation.

Wir revolutionieren Ausbildung im Modehandel.





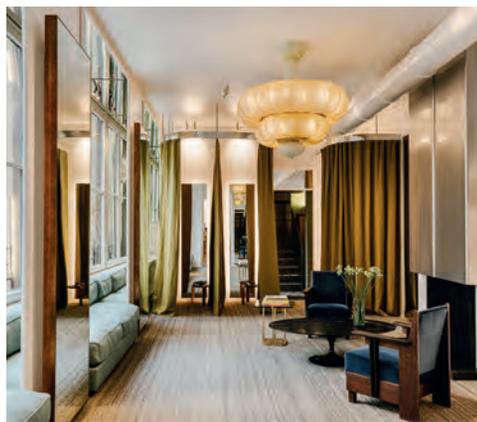
## Armedangels mit erstem eigenem Store in Köln

■ Mit der Store-Eröffnung auf der Kölner Ehrenstraße betritt die nachhaltige Modemarke eine neue Bühne. Der vom spanischen Studio Diir hell und reduziert gestaltete Raum stellt die Produkte in den Mittelpunkt. Die Ladenbauelemente sind modular konzipiert, reparierbar oder wie-

derwendbar. Regionaler Naturstein, gebürsteter Edelstahl und natürliche Texturen sind prägend. „Unsere Kundinnen und Kunden sollen spüren: Hier geht es nicht um Inszenierung, sondern um Echtheit“, so Christiane Bördner, Creative Director bei Armedangels. ■

## Luxusmarke Zimmermann eröffnet in München

■ Die Premium-Fashion-Marke aus Australien, die eine feminine Designästhetik auszeichnet, ist jetzt mit einem Store auf der Maximilianstraße präsent. Der Shop verfügt über drei Verkaufsbereiche mit jeweils anderen Stilelementen. Herzstück des separaten Loungebereichs ist ein Edelstahlkamin, der von einem maßgefertigten Spiegel und Aluminiumregalen eingerahmt wird. Verantwortlich für den Entwurf zeichnet Studio McQualter, für die Realisierung Gruschwitz. ■



## 'TwoDays': Zwei Termine, zwei Locations

■ Igedo Exhibitions passt seine Düsseldorfer Messeformate an die aktuellen Marktbedingungen an und verlässt das Areal Böhler. Das neue Konzept 'TwoDays' – eine Plattform für Fashion, Schuhe & Accessoires sowie nachhaltige Labels – findet an zwei Terminen und in zwei Locations statt. Zum einen in der 'Rheinterrasse' und zum anderem in der Location 'KapOne' am Karl-Arnold-Platz. Der erste Termin (19. bis 21. Juli 2025) ist parallel zu den Düsseldorf Fashion Days. Der zweite Termin vom 23. bis 25. August 2025, mit dem man den Wünschen der Schuhbranche gerecht werden möchte, soll gleichzeitig der Nachorder dienen, so die Igedo Exhibitions. ■

## ILM mit praxisorientierten Side Events

■ Vom 30. August bis 1. September trifft sich die Accessoires- und Reisegepäck-Branche zum Ordern auf der 'ILM #162' in der Offenbacher Messe. Es werden 300 Marken aus 28 Ländern erwartet. Mit einem praxisorientierten Rahmenprogramm, bestehend aus Fashion Show, Vorträgen und Talks, möchte die ILM ihre Rolle als Innovationsforum unterstreichen. ■

## Erste Messe für Barfußschuhe

■ In Offenbach feiert eine neue Messe mit speziellem Fokus Premiere: Vom 31. Juli bis 3. August 2025 findet die erste Ausgabe der 'Barefoot – European Shoe Fair' statt. Insgesamt werden rund 60 deutsche und internationale Aussteller erwartet, die Barfußschuhe für Damen, Herren und Kinder anbieten. An den letzten beiden Messtagen ist die Veranstaltung auch für Endverbraucher geöffnet. Mit diesem neuen Format möchte man dem im Trend liegenden und stark wachsenden Barfußschuh-Segment eine eigene Plattform und besondere Aufmerksamkeit bieten, so die Messe Offenbach, die das Event gemeinsam mit dem Bundesverband der Schuh- und Lederwarenindustrie (HDS/L) veranstaltet. ■

## QS schafft einen Treffpunkt in Würzburg

■ Die zur S.Oliver Group gehörende Marke hat einen Flagship Store in zentraler Lage in Würzburg eröffnet. Auf rund 120 qm bietet er mehr als 'nur' urbane Mode für Damen und Herren. „Es ist ein Ort der Begegnung, an dem wir zeigen, wie nahbar und facettenreich QS ist“, erklärt Brand Director Benjamin Isenheim. Dieser Anspruch wurde direkt erlebbar gemacht: Denn zur Eröffnung präsentierte QS gemeinsam mit Markenbotschafterin Vanessa Mai eine exklusive Capsule Collection, deren Styles die Künstlerin auch gleich in ihr neues Musikvideo zu 'Sorry Sorry' integrierte. ■



## kurz & knapp

Das Borkener Modehaus Cohausz übernimmt zum 1. Januar 2026 die 2.000 qm große Filiale von Mode Heckmann in Coesfeld einschließlich der Mitarbeitenden. Peter Heckmann möchte sich mit seinem Team zukünftig auf die beiden Standorte in Haltern am See konzentrieren. ■

Modedefilialist Zinser aus Tübingen stärkt seine Präsenz in Reutlingen und eröffnet im Herbst 2025 in den ehemaligen Räumlichkeiten von Breuninger eine zweite Filiale. Insgesamt betreibt Zinser dann neun Geschäfte und zwei Outlet-Stores. ■



**Veja:** Die brasilianische Sneakermarke hat eine Sandale auf den Markt gebracht. 'Etna' ist aus Organic Traced Leder, das umweltfreundlich und ethisch verantwortungsvoll in Brasilien hergestellt wurde. Der VK-Preis liegt bei 120 Euro. ■

**Ladage & Oelke,** 1845 gegründet und damit der älteste Herrenausstatter Hamburgs, feiert in diesem Jahr das 180-jährige Bestehen. Bemerkenswert: Das Unternehmen ist in fünfter Generation in Familienbesitz. ■



**Falke x Kinga Mathe:** Der Experte für Legwear und die Trachtenmode-Marke kooperieren. Gemeinsam bieten sie einen Stay-up sowie Kniestrumpf an, beide mit klassischer Netzstruktur und femininen Details – ob für das Oktoberfest oder festliche Anlässe. ■

**Unitex:** Das Unitex Fashion Festival wird 2026 vom 19. bis 20. Mai stattfinden. Die diesjährige Veranstaltung wurde von der Branche als Networking-Plattform sehr gut angenommen. ■



Foto: Omind GmbH

## Hajo Mode mit neuem Showroom am Stammsitz

■ Das Unternehmen Hajo Mode setzt in der Firmenzentrale in Weiden in der Oberpfalz ein Zeichen für zeitgemäße Markeninszenierung. Auf 130 qm werden die Damenmode-Kollektion 'Joy of Life', die Herrenmode 'hajo Polo & Sportswear' so-

wie in der Raummitte das Premium-HAKA-Label 'Tom Ripley' auf einer markanten Gondel präsentiert. Zum Einsatz kamen nachhaltige Materialien, wie ein recycelter Teppichboden in Cradle-to-Cradle-Qualität. Die Einrichtungs-elemente, darunter Möbel aus schwarz gebeiztem Naturholz mit Stahlrohr, sind mobil und ermöglichen eine flexible Nutzung – etwa für Schulungsformate. Die abgehängte, transparent gestaltete Decke greift die achteckige Silhouette des Gebäudes auf. Ein Bartresen aus hochwertiger Keramik mit Designer-Kaffeemaschine unterstreicht die gewünschte Philosophie – Mode trifft Lebensgefühl. Verantwortlich für Konzeption, Realisierung und Projektsteuerung war Gruschwitz aus München. ■

## Covered setzt auf aktive Flächensteuerung

■ Erst vor zwei Jahren gegründet, zählt die Jacken- und Mantel-Marke für Frauen bereits über 380 Fachhandelskunden in der DACH-Region sowie in Benelux, darunter die Modehäuser Kastner & Öhler, Ramelow, Pollozek, Zinser oder Reischmann. Covered (Vertrieb Deutschland: Bold & Expert) setzt auf ein flexibles Replenishment-Modell u.a. mit Renner-Nachzug und Penner-Austausch sowie Wareneingangsspannen zwischen 3,8 und 4,0. ■



## Tamaris startet mit Herrenschuhen

■ Die internationale Wortmann-Gruppe mit Sitz in Detmold erweitert zur Frühjahr-Sommer-Saison 2026 das Tamaris-Sortiment unter der Submarke 'TMRS Men' um eine Herrenschuhsammlung bis Größe

47. Dabei liegt der Fokus auf Casual-Styles, bei denen frische Farboptionen modische Akzente setzen. Neben Derbys und Loafers dominieren klassische Leder-Sneaker, retro-inspirierte Cupsole-Sneaker und sportive Light-Sneaker die Kollektion. Einige Modelle sind mit der neuen Tamaris Step-In-Technologie ausgestattet: Eine flexible Hinterkappe ermöglicht ein müheloses Hineinschlüpfen im Stehen. Die Kernpreislage der neuen TMRS-Kollektion liegt zwischen 79 und 99 Euro VK. Neben dem Wholesale ist das Sortiment auch online in den internationalen Ländershops verfügbar. ■

