

Wunschkunden: Modehändler

Als «sehr unterschiedlich» beurteilten die rund 20 Teilnehmer der Swisspel die aktuelle Stimmung im Lederwarenfachhandel. Bei den «Grossen» – also den Warenhäusern – eher besser als im weiterhin schrumpfenden Fachhandel. In Dietikon wurde diesmal noch viel ab Lager abrufbare Winterware gezeigt. Nur an einzelnen Orten nahmen die Einkäufer Ordertermine für die kommende Saison Frühling/Sommer 2015 wahr. **Katrin Wild**

Das Spektrum, das die rund 20 Aussteller anboten, reichte vom Reisegepäck über den Schultornister bis hin zu Schirmen und Handschuhen. Breit vertreten waren natürlich Handtaschen und Kleinlederwaren. Vor allem Taschenanbieter präsentierten dabei oft auch Gürtel und auch immer häufiger (Arm-) Schmuck.

Angebot: von billig bis zum obersten Luxus

Ebenso breit gestreut wie das Angebot sind die Preislagen. Vom günstigen Synthetic-Taschen-Anbieter bis hin zum Schweizer Label, das in der eigenen Manufaktur in La Chaux-de-

Fonds Luxustaschen fertigt und Einkaufspreise von über 1000 Franken ausweist – die Angebotsspanne ist riesig. Noletti, gross geworden mit edlen Lederuhrenarmbändern, verkauft seine Preziosen im Moment vor allem im Nahen Osten. Jetzt will man Europa erobern. CEO Christelle Dubois ist überzeugt, dass auch die Schweiz ein potenzieller Markt ist. «Neben den Grossstädten sicher auch in den Nobelkurorten», sagt sie. In Dietikon besuchten sie aber vor allem Lederwarenfachleute, die die teilweise handgefertigten Täschnermeisterwerke bestaunten. Recht zufrieden gaben sich die Anbieter mit Preis-Leistungstarken Kollektionen in der

oberen Mitte. Allerdings ist das Thema «Marke, die es für diesen Preis dann sein sollte» weiterhin nicht vom Tisch. Darum strengt man sich überall an, nicht nur ein Topprodukt vorzustellen, sondern auch den Bekanntheitsgrad des Labels zu erhöhen. Beispielsweise über Social Media. Für solche Kollektionen öffnet sich dann auch zunehmend der Modefachhandel – wo viele Taschenhersteller ihre neuen Wunschkunden sehen. Das sei eine anspruchsvolle Clientèle, die keine grossen Stückzahlen ordere, bei der die Optik aber vor dem Preis stehe. Mit solchen Leuten mache es ungeheuren Spass zu arbeiten. Diese Kategorie von Fachhändlern scheint es auch zu sein, die für die doch recht gute Stimmung in der Branche sorgt. Hier werde aktiv und mit viel Herzblut die Tasche als Zusatzverkauf erfolgreich an die Frau (oder den Mann) gebracht. Identitätslose Billigware hingegen, die oft auf irgendwelchen Ständern in oder vor einem Store meist unattraktiv präsentiert wird, ist zwar ebenfalls ein Markt, «aber leider findet sich meist auch in diesem Segment immer noch einer, der noch günstiger ist», kritisierte ein Anbieter.

Weniger Knallfarben und ruhigere Optik

An der Swisspel zeigte sich deutlich, dass die grosse Zeit der Knallfarben vorüber ist. Bereits die noch

Farb- und Materialmische müssen jetzt dezent und tonig sein. Auch Kontrastfarben an Trägern dürfen nicht zu sehr auffallen.

angebotenen Winterkollektionen 2014/15 traten deutlich ruhiger auf als die Auswahl der Vororder. So wurde beispielsweise Rot häufig in Richtung Bordeaux präsentiert. Auch die Metallic-Woge geht eher zurück. Dieser Trend setzt sich dann zum Sommer hin fort. Farbe bleibt wichtig, aber harmonisch, fein, hell und allenfalls sommerlich-frisch, was ebenfalls guten Anklang finde, so Barbara Tschanen von 07/14. Coral oder ein zartes Azurblau gehören zu dieser Range. Sehr gut angenommen wurden die Nude-Töne bis hin zu Beige. Generell schwierig hatte es Gelb. Farb- und Materialmix bleiben aktuell, wurden aber nur akzeptiert, wenn sie dezent umgesetzt werden.

Henkeltaschen, sportive Styles und Schlichtes

Ein Thema, das ebenfalls gut lief: Henkel und dezente Details in toniger oder nicht zu auffälliger Kontrastfarbe. Insgesamt wurden nicht nur die Colorits zurückgenommen, auch die Formen setzten auf Understatement. Es scheint, dass Schlichtes bis Minimalistisches sowie weiche, leichte Materialien das Rennen machen werden. Zu viele Details stiessen auf Ablehnung. Ein bisschen Sportivität und selbstverständliche Lässigkeit mussten sein, aber nur am Rande used Optiken. Die Liebe zu gewaschenem Leder stösst jetzt an Grenzen. Mittलगrosse bis grössere Modelle – «Praktisches halt, am liebsten mit funktionellem Innenleben», wie es eine Anbieterin formulierte – wurden favorisiert. Verschiedenste Beutelformen und Shopper-Varianten mit «schultertauglichen» Trägern oder zusätzlichen Trageriemen standen in der Gunst der Einkäufer weit oben. Auch elegantere Modelle aus glänzendem Leder, steifer und geometrisch in der Form, kamen an. ■

