Chic und geschafft nach langen Märschen durch die Messehallen.

MICAMS LUST UND

Die Veranstalter der Mailänder Micam lassen keine Gelegenheit aus, die Messe für die Besucher opulent zu gestalten. Ob riesige Messestände noch zeitgemäß sind, wird häufiger diskutiert. Die Stimmung war gut, echte Innovationen fehlen etwas. Preise steigen.

Die Anci, die Vereinigung der italienischen Schuhindustrie legte sich während der Messetage mächtig ins Zeug. Es gab zahllose Veranstaltungen, die in jeder Form für italienische Schuhe begeistern sollten, und auch im Centrum Mailands war alles auf Schuh & Co. ausgelegt. Selbst eine eigens aufgebaute Schuhfabrik in Miniausführung auf dem Piazza Cadorna, stellte die einzelnen Schritte der Schuherzeugung mit aktiver Teilnahme der Besucher vor.

Überschneidende Termine, wie diesmal die Messen Premiere Classe und Tranoi in Paris tun der italienischen Schuhmesse gar nicht gut. Viele trendig orientierte Einkäufer gehen nach Paris und machen, wenn es Zeit und Budget erlauben, allenfalls noch einen Abstecher nach Mailand, heißt es seitens einiger Aussteller.

Der Schwund ist da. Jede Saison kehren namhafte Aussteller der Messe den Rücken und die Besucherzahlen liegen häufig unter den Erwartungen. So begrüßt etwa L'autre chose seine Kunden im wunderschönen Showroom im Mailänder Zentrum. Auch Kinderschuhspezialist Rondinella hat der Micam den Rücken gekehrt und stellt mit Gleichgesinnten in Showrooms in der Nähe der alten Kanäle Navigli aus. Für viele kleinere Anbieter ist die Messe zu teuer geworden. Sie gehen häufig nach Paris, wo es zwar nicht billiger ist, dafür aber das erwünschte Publikum zu finden ist.

Durch den Schuhdschungel

Die Fußwege auf der Micam sind extrem lang, die Stände meist geschlossen. Wer als Händler kein gut strukturiertes Markennetz hat und noch nicht weiß, was er will, muss sich erstmal durch den Schuhdschungel kämpfen, oder geht im großen Schuhangebot hoffnungslos verloren. Dennoch ist die Stimmung auf der Micam weitgehend gut –

LAST

Reiterstiefel von Bikkembergs

Barracuda zielt auf kernige Freiluftfreaks ab

das ist sie immer. Denn das Wetter, die italienische Lebensfreude, Cappuccino und viele schöne Kollektionen sorgen schon dafür. Dass diesmal Warmgefüttertes und kompakte Ware besonders gut verkauft wurde, ist dem strengen Winter zu verdanken. Hingegen liefen in Italiens Handel die Geschäfte nicht besonders erfolgreich im Winter. Das Land selbst kann sich nur schwer aus seiner eigenen Konsumkrise herauswinden. Das Leben ist teuer, die Löhne stagnieren, die Ausgaben steigen.

Anci präsentierte allerdings die neuen Exportzahlen für 2010, die in den offiziellen Statistiken erfreulicherweise im Steigen begriffen sind. Hier werden Zuwächse aufgeführt, die die italienische Industrie in Euphorie versetzen sollte. Keiner spricht allerdings laut davon, dass auch importierte Schuhe vermehrt über die Grenzen nach Italien gelangen, um hier in den eigenen Märkten verkauft zu werden.

Die chinesischen Importe betragen für 2010 in den ersten elf Monaten 15,3 Prozent an Wertsteigerung, das sind gesamt rund 356 Mio. Paar Schuhe, bei einem Durchschnittspreis von 4,74 Euro pro Paar, gegenüber 2009. Ein unglaublich niedriger Wert, der an der eigenen Produktivität schnell zweifeln lässt. Zudem die Preise für hochwertige Rohware innerhalb Italiens extrem steigen. Man spricht von bis zu 40%igen Teuerungen. Die Rohfelle werden in rauen Mengen von chinesischen Fabrikanten aufgekauft. Europäer, die nicht rechtzeitig ihre Mengen blockten, bekommen ein Problem.

Viele Marken suchen daher nach kreativen Auswegen. Nylon, Samt, Baumwolle, Satin, Denim, Stretch, Lederimitate gehören mit zu den beliebten und bezahlbaren Materialien in manchen H/W-Kollektionen. Ob

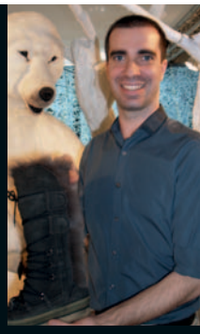
Gabi Heininger, NDC

„Leider kommen immer nur dieselben deutschen Kunden zur Micam. Es sind recht wenige neue internationale Kunden unterwegs. Der mediale Druck von Zalando hat uns gut nach vorne gebracht. Männerschuhe haben sich sehr gut weiterentwickelt."

Nicola Iammarrone Khrió

„Die Micam wird von deutschen Einzelhändlern viel zu wenig genutzt. Hier gibt es viele Aussteller, die nicht auf der GDS sind, weil zwei Messen zu teuer wären. Viele Deutsche bräuchten in ihren Warensortimenten mehr Kreativität. Das Angebot der Einkaufsverbände reicht nicht immer."

Paolo Zanasca, Shout



„Die Mailänder Messe ist für uns die wichtigste in der Branche. Wir freuen uns über eine Vielzahl an deutschen und Schweizer Kunden. Mitteleuropa scheint wieder mehr in Bewegung zu sein. Mit unserer casual-orientierten Ware liegen wir gut im Rennen."

Mode

Weiße Hirschdamen in Alpinstiefeln bei Fornarina

NDCs Familien-album

Wasserspiele bei Gore-tex

das Alternativen zum hochwertigen Leder sind, ist fraglich.
Immer wieder hört man von Einkäufern, dass es nichts Neues auf der Micam gäbe. Die Revolution in der Schuhmode scheint sich ein wenig zu verlangsamen. Zwar gibt es noch immer genügend extreme High Heels, von denen die Italiener nun mal nicht lassen können, aber die Käufer dafür schrumpfen.

Gemäßigte Absätze machen Plus

Das könnte auch der Grund sein, warum sich nun viele Firmen auf gutes stabiles Schuhwerk verlegt haben. Qualität ist dabei das oberste Gebot. Zahlreiche Kollektionen zeigen Schuhe mit maskulinem Einfluss, die über viele Saisons getragen werden können. All jene Stände waren gut besucht, die klassisch interpretierte Modelle – von Mokassins, Schnürschuh flach und auf mittleren Absatzhöhen, kecke Stiefeletten und auch Stiefel in mittlerer bis langschaftiger Höhe – boten. Kreppsohlen ersetzen oft den herkömmlichen Sneaker, und Felle gibt es soweit das Auge reicht.

Manufacture d'essai

Die Diskussionen um Schafthöhen bei Stiefeln fanden weniger statt. Klassische Schafthöhen, die bis unters Knie reichen, wurden gut geordert. Overknees wurden noch gelegentlich geschrieben. Wichtiger sind Reiterstiefel und Boot-Interpretationen, die an die 70er Jahre erinnern. Hier werden Röhrenstiefel – „tubolare" genannt – die Must haves der neuen Saison. Mittlere, trotteurige Absätze werden bei Stiefeletten und Stiefeln nun häufiger angeboten. Freche Schnürmodelle, die rund und derb, maskulin aber auch spitz sein können, beleben das Modegeschehen. Spitze Leisten finden sich auch in Kollektionen, die sich dem Naturtrend verschrieben haben. Besonders schön bei Moma oder auch Silvano Sassetti.

Schwarz bleibt Nummer eins

Schwarz ist die Farbe Nr. 1, gleich gefolgt von mittleren Brauntönen und Dunkelbraun. Taupe und Grau sind die Neutralen. In vielen Kollektionen stechen Rot in allen Schattierungen und Dunkelgrün heraus. Blau spielt im Winter eine kleine aber feine Rolle. Military ist im Rückzug, dafür spielen Details eine große Rolle.

Gebürstete Leder mit edlem Glanz geben sportiven Modellen etwas Glamour. Ponyfelle, schlicht oder bedruckt (aus Kuhfell, nicht vom Pferd), scheinen ein wichtiger Trend zu werden. Gewaschene Leder beherrschen nach wie vor den Modemarkt, Velours sind im Vormarsch und aufgrund steigender Lederpreise greifen die Stilisten teils auf günstige Spaltleder zurück.
Sohlen werden interessant verfremdet, indem man sie nach der Fertigung des Schuhs in zähflüssige Farbe taucht. Keile schätzt man bei avantgardistischen Modellen – die oft aussehen, als wären sie mit dem Lineal entworfen.
Die 70er Jahre sind auf dem Vormarsch. Schlichte Stiefeletten, aus weichen Ledern in verschiedenen Schafthöhen, können zu Röcken und den neuen Hosen getragen werden. Plateaus bleiben. Holz gewinnt ein wenig mehr an Bedeutung. Nieten bleiben konstant. Strick ist neben Fellbesätzen ein beliebtes Zubehör.
Auf der Micam waren recht viele Japaner zu sehen, doch nach den Messen fürchten einige Hersteller, dass Japan aufgrund der Naturkatastrophe Aufträge stornieren könnte. Es ist wahrlich keine leichte Zeit für die italienische Schuhindustrie.

Karin Grabner