

DSI

DEUTSCHES
SCHUH INSTITUT

NEWS

FASHION
FIRST VIEW H/W 13/14

PREMIUM WMS
PREISVERLEIHUNG



Geschichten erzählen

Gestern im Auktionshaus. Zum ersten, zum zweiten... Der Auktionator hat soeben eine wunderschöne Skulptur versteigert. Liebevoll streicht die neue Eigentümerin, eine betucht aussehende ältere Dame über die edle Plastik. Man spürt, dass sie mit dem Kunstwerk etwas ganz Besonderes verbindet. Vielleicht eine persönliche Geschichte? Ein Erlebnis aus ihrer Kindheit? Ihre Geschichte wird für immer ein Geheimnis bleiben.

Das Spektakel fesselt. Immerhin hat das gute Stück für sage und schreibe 10.000 Euro den Besitzer gewechselt. Der Auktionator hat seine Sache richtig gut gemacht. Ein echtes Genie! Er weiß nicht nur um den Wert und die Herkunft seiner Objekte; er kann auch Geschichten erzählen. Zu jedem Gemälde, zu jeder Skulptur, zu jedem Schmuck- und Möbelstück... Ein Hochgenuss, ihm zuzuhören.

Für viele Menschen ist der Aufenthalt im Auktionshaus spannender als so mancher Thriller im Kino. Wir lieben es, wenn man uns Geschichten erzählt. Gute Geschichten gehen unter die Haut. Sie bleiben haften. Im Gegensatz zu abstrakten Informationen haben sie den Vorteil verständlicher zu sein und stärker im Gedächtnis zu bleiben. Was im Auktionshaus funktioniert eröffnet auch dem Handel neue Chancen und Möglichkeiten. Wie neulich in Nagold: in Kooperation mit dem Edelschuhmacher Dinkelacker und dem Designmöbel-Hersteller Rolf Benz hatte Schuhhändler Helmut Raaf zu einem ganz besonderen Kunden-Event geladen. Rund 150 Gäste lauschten inmitten von Designer-Möbeln den Geschichten, die feines Leder, handgefertigte Schuhe und edle Sofas zu erzählen haben. Auch bei Fifty-Six in Saarbrücken geht es um Geschichten, die garantiert haften bleiben. Am Wochenende können sich Kunden ihre Uggs-Boots von einem Airbrush-Künstler nach eigenen Wünschen veredeln lassen. Auf Facebook haben schon über 100 Leute zugesagt. Sie alle wollen sich „überraschen und verwöhnen lassen“.

Und welche Geschichte erzählen Sie Ihren Kunden?

Herzlichst Ihre



Alles im Griff!
Auch bei Männern setzt sich der Trend zur „Hand-Tasche“ mehr und mehr durch.

INHALT

EDITORIAL [2]

NEWS [3]

FASHION [4-5]
First View H/W 13/14

WMS [6-7]
Premium WMS-Preisverleihung

BACKSTAGE [8]
3 Fragen an Manfred Junkert

Impressum:

DSI - Deutsches Schuhinstitut GmbH
Postfach 100761, 63007 Offenbach
Berliner Str. 46, 63065 Offenbach

Geschäftsführer: Manfred Junkert, Amtsgericht Offenbach 5HRB9327
Redaktion: Dr. Claudia Schulz, Layout: Clemens Bolmus
Tel: (0 69) 82 97 42-0, Fax: (0 69) 81 28 10
E-Mail: info@schuhinstitut.de, www.schuhinstitut.de

Ausschreibungen für ‚Deutscher Schuhpreis‘ und ‚HDS Junior Award‘ gestartet



Außergewöhnliche Kreativität und Innovationskraft stehen im Mittelpunkt der HDS Awards, die auf der kommenden GDS (13. bis 15. März 2013 in Düsseldorf) verliehen werden. Bereits zum dritten Mal wird der Bundesverband der Schuhindustrie in Kooperation mit der GDS den ‚Deutschen Schuhpreis‘ an den besten Hersteller und den ‚HDS Junior Award‘ an einen kreativen Jung-Designer verleihen. Das Motto des ‚HDS Junior Award 2013‘ lautet ‚Go for Glamour! Shiny & Shimmering Shoes‘. Die Ausschreibung für diese bei Schuhindustrie und Nachwuchskräften begehrten Auszeichnungen läuft. An dem Wettbewerb zum ‚HDS Junior Award‘ können sich Jung-Designer nationaler und internationaler Herkunft beteiligen. Die Ausschreibung richtet sich sowohl an Studenten europäischer Schulen im Bereich Mode/Design wie an Nachwuchskräfte in den Betrieben. Eine Experten-Jury entscheidet über die Gewinner. Anmeldungen zur Teilnahme müssen bis zum 1. Februar an den HDS geschickt werden. Einsendeschluss für Skizzen und Schuhe ist der 15. Februar 2013. Weitere Details sowie die Teilnahmebedingungen können Interessenten auf der Homepage des Bundesverbands der Schuhindustrie (www.hds-schuh.de) einsehen. Mit Spannung erwartet wird darüber hinaus der Preisträger ‚Schuhfrau bzw. Schuhmann des Jahres‘. Nach TV-Moderatorin Frauke Ludowig und Schauspieler Bernhard Bettermann wird der HDS diesen Preis wiederum einer prominenten Persönlichkeit mit besonderer Affinität zum Thema Schuh verleihen.

CADS tagt in Pirmasens

Am 13. Dezember findet die CADS-Mitgliederversammlung im ISC Pirmasens statt. Der öffentliche Teil der Veranstaltung (Beginn 11.00 Uhr) wartet mit spannenden Vorträgen zu brisanten Themen auf. Zu den Referenten zählen unter anderem Prof. Dr. Bernd Schäfer vom Institut für Risikobewertung und Jürgen Stellpflug, Chefredakteur der Zeitschrift Öko-Test. Darüber hinaus wird im Rahmen der Mitgliederversammlung die von CADS erarbeitete ‚Restricted Substances List‘ (RSL) präsentiert.



MODEUROP trifft Farbauswahl für Frühjahr/Sommer 2014



MODEUROP goes Graz. Am 6. und 7. November trifft sich das Experten-Team von MODEUROP in der Unternehmenszentrale des österreichischen Herstellers Legero, um die Farbauswahl für die MODEUROP Colour Card Frühjahr/Sommer 2014

zu treffen. Im Vorfeld formuliert MODEUROP drei Themen, die die Farbigkeit des übernächsten Sommers aufgreifen: Beim Thema REALITY stehen klare Schwarz/Weiß-Kontraste und Inspirationen aus der Welt des Interior-Designs im Mittelpunkt. Das Thema ART spielt mit farbigen Drucken und natürlichen Bildern, die zum Teil verfremdet werden und dadurch reizvolle Effekte entstehen lassen. Unter WORLD fassen die MODEUROP-Experten „würzige“ Ethno- und Grungethemen bis hin zu Camouflage zusammen. Auch Einflüsse asiatischer Kulturen werden deutlich. Die Colour Card für F/S 2014 wird im Januar 2013 beim Deutschen Schuhinstitut in Offenbach erhältlich sein.

Modevorträge H/W 13/14 in den SOCs

Die Termine für die MODEUROP Modevorträge, die im Rahmen der Saison-Eröffnung in den SOCs stattfinden, stehen fest. Nutzen Sie die Trendvorträge in Ihrem SOC für eine sichere und frühzeitige Planung Ihrer Sortimente im Herbst/Winter 2013/14.

Termin	SOC	Zeit
03.02.	Hamburg	10.00 Uhr
03.02.	Nürnberg	14.00 Uhr
03.02.	Sindelfingen	10.00 Uhr
03.02.	Wiesbaden	10.00 Uhr
10.02.	Hannover	11.00 Uhr
10.02.	München	10.00 Uhr
16.02.	Schkeuditz	11.00 Uhr
17.02.	Breitscheid	11.00 Uhr

Werfen Sie doch mal einen Blick auf die SOC Website www.schuhordercenter.info. Dort finden Sie zahlreiche Informationen zu den SOCs in Ihrer Nähe.



SOMMER IN SICHT

Farbe bleibt! In dieser Hinsicht ist sich die Schuh- und Taschenbranche einig. Mit welcher Gewichtung und welcher Intensität Farbe im kommenden Sommer beim Verbraucher punkten wird, darüber wurde in den letzten Monaten heftig diskutiert. Als Bestseller haben sich Sorbet-töne, hier vor allem fruchtige Rot- und Orangetöne, von Mango über Koralle bis hin zu knalligem Pink herauskristallisiert. Ebenfalls stark auf den Orderblöcken: dezente Nude- und Pastellnuancen sowie Metallics, die weniger allover, sondern als Akzent, z.B. als Absatz oder Paspellierung für glamouröse Momente sorgen sollen. Ein starkes Thema, das unisex für Bewegung im Markt sorgen wird, sind Jogging- und Runningtypen. Ein hoher Weiß-Anteil sowie Material-Mix wie Lack, Mesh und Leder, aber auch Hightech-Elemente verleihen den Schuh-Modellen Individualität und Dynamik.



DRAMA, BABY!

TRENDS HERBST/WINTER 2013/14

Kaum ist die Orderrunde für den Sommer beendet, konzentriert sich die Branche schon wieder auf die neuesten Trends für den übernächsten Winter. In München, Paris und Bologna wurden Materialien und Accessoires gesichtet, die ersten Prototypen stehen bereits in den Design-Abteilungen der Schuhhersteller. Was kommt? Was geht? „Nach den letzten farbtintensiven, optimistisch geprägten Saisons dreht sich das neue Modebild im Herbst/Winter 2013/14 zunächst ins Düstere, Mystische, Morbide. Romantik kommt ins Spiel, aber auch sie ist dunkel und geheimnisvoll“, sagt Mode-Expertin Marga Indra-Heide. Auch die neuen Materialien zeigen sich jetzt von ihrer luxuriösen Seite. Es schimmert und glänzt, es ist samtig und seidig, flauschig und haarig. Aber auch schwere, eher maskuline Qualitäten stehen im Fokus der neuen Mode.

So wird der übernächste Mode-Winter nach Einschätzung der Fashion-Experten vor allem durch tiefe, dunkle Farbnuancen geprägt sein. „Schwarz ist gesetzt; hinzu kommen schwarznahe Töne wie Nachtblau, Ochsblut sowie sehr dunkle Viola- und Grünnuancen - entsprechend dem Thema ‚Drama‘ der MODEUROP Farbkarte“ ist Marga Indra-Heide überzeugt. Die Materialien weisen häufig ein aufwändiges Finish oder neuartige Glanzeffekte auf. Es geht um Farben mit einer längeren Haltbarkeit. Um Farben, die Sicherheit

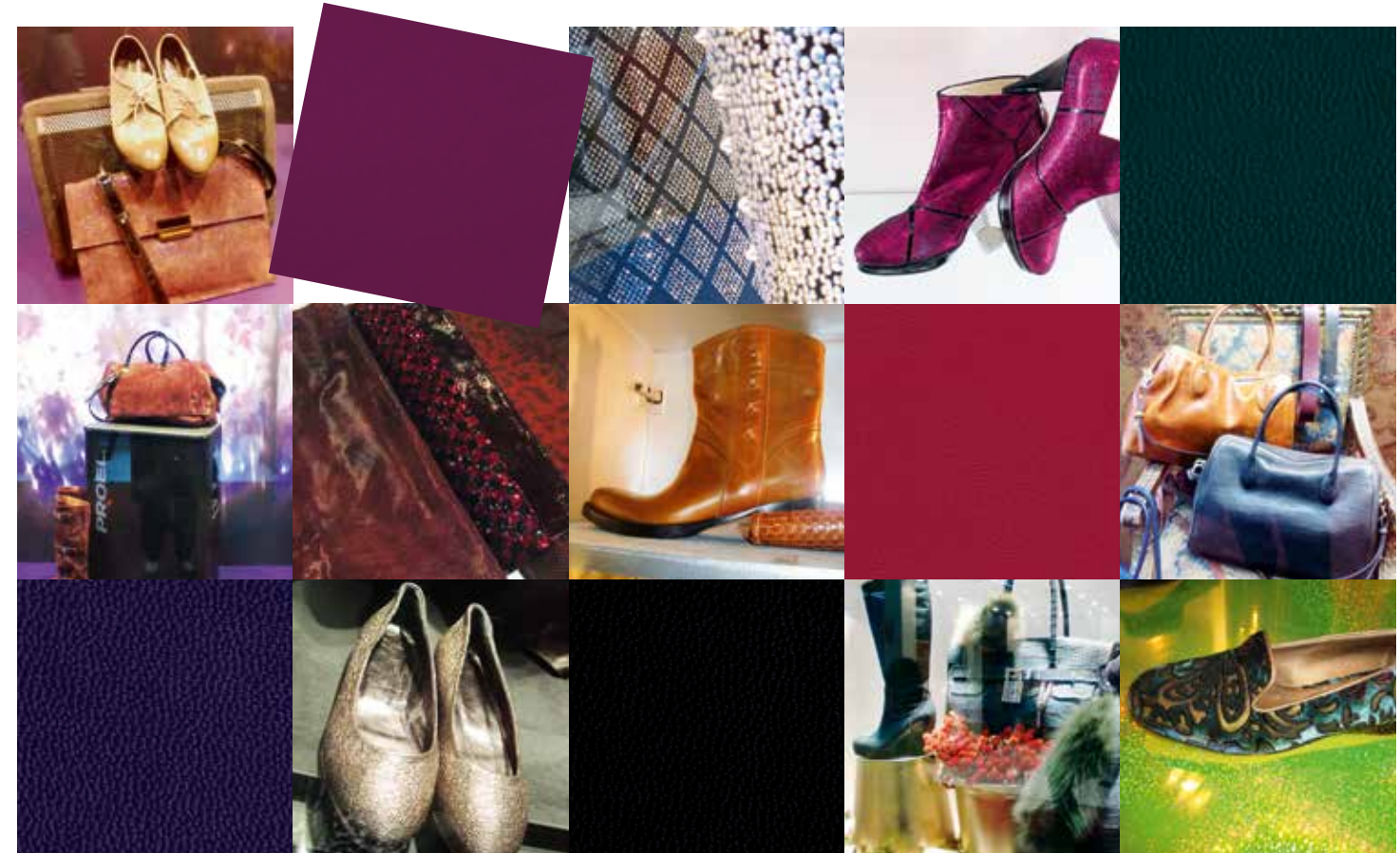
und Wertigkeit vermitteln. Daneben setzen die MODEUROP Experten auf graustichige Khaki- und Olivtöne, hier auch auf Camouflage-Themen, sowie auf neutrale, wie staubig wirkende Nuancen, die in Kombination mit Mauve oder als Doubleface/Fell-Varianten ihre besondere Wirkung entfalten und auf der MODEUROP Farbkarte dem Thema ‚Shadow‘ zugeordnet werden.

Bei den Materialien geht der Trend zu weichen, leichtgewichtigen Ledern mit natürlichen Narbungen. Auch die warmen, herbstlich anmutenden Farben des Themas ‚History‘ schöpfen ihren Reichtum aus der Natur. Metallics und Lack werden als bearbeitete Varianten, zum Beispiel gecrinkelt oder gecrackt, gut beurteilt. „Auch Samt und Brokat werden gesucht“, ergänzt Jutta Turnwald von Colortex. Bronze- und Goldfinish bzw. -Accessoires setzen Akzente, insgesamt aber werden sich die neuen Schuh- und Taschen-Kreationen deutlich cleaner als in der Vergangenheit zeigen. Nichts soll den hochwertigen Materialien die Schau stehlen.

Das nächste Kreativ-Meeting von MODEUROP steht bereits in den Startlöchern. Im Rahmen des Colour Meetings, das am 6. und 7. November in Graz stattfindet, werden die Farben und Echtledermuster für die MODEUROP Colour Card Frühjahr/Sommer 2014 erstellt werden.

TRENDS VON DER LINEAPELLE

FASHION



MODEUROP FARBTHEMEN



DRAMA - Mystic Glamour / Poetric Luxury
Die Farben der Nacht. Schwarz und tiefe, dunkle Nuancen dominieren.

SHADOW - Trans Inspiration / Shaded World
Farben der Unendlichkeit. Die Farben des Lichts und undefinierbare, staubig wirkende Nuancen

HISTORY - Nostalgic Heritage / Art inspired
Tiefe, satte Farben, die ihren Reichtum aus der Natur schöpfen. Die wunderbaren Verfärbungen des herbstlichen Waldes sorgen für eine umfangreiche Farbpalette, der keine Grenzen gesetzt sind.



PREMIUM WMS

Die Besten der Besten

Preisverleihung auf der GDS in Düsseldorf



Glückliche Gewinner im Einsatz für gesunde Kinderfüße und passende Schuhe.

DSI zeichnet herausragendes Engagement für Kinderschuhe mit dem PREMIUM WMS-Preis aus

Außerordentliches Engagement für Kinderfüße und Kinderschuhe wird belohnt. Das Deutsche Schuhinstitut (DSI) prämierte drei Schuhhäuser, die sich an dem im zweijährlichen Turnus ausgeschrieben Wettbewerb 'Premium WMS-Service' beteiligt hatten. Die Preisverleihung fand am 7. September im Rahmen der Schuhmesse GDS in Düsseldorf statt. Die Auswahl der drei besten von insgesamt 73 teilnehmenden Schuhhäusern wurde von einer fachkundigen Experten-Jury getroffen. Die Jury-Mitglieder waren Nadine L'Allemand, Shoez; Kirsten Rein, Schuhmarkt; Petra Salewski, Schuhkurier; Annette von Czarnowski, WMS-Seminarleiterin beim DSI. Die Schuhhäuser mussten strengen Kriterien genügen. Dazu gehörten unter anderem die Anzahl der WMS-geschulten Mitarbeiter, die Anzahl der WMS-Marken im Sortiment, Ladengestaltung und Warenpräsentation sowie die Durchführung gezielter PR- und Werbemaßnahmen im Sinne von WMS. Erstmals hat die Jury außerdem einen Sonderpreis für die ausgefallene, innovative Gestaltung einer Kinderschuhabteilung vergeben. DSI-Geschäftsführer Manfred Junkert freut sich über so viel Engagement in Sachen WMS. „Alle ausgezeichneten Schuhhäuser beweisen überdurchschnittliches Engagement. Man spürt die Leidenschaft, mit der die inhabergeführten Häuser und ihre Mitarbeiter außergewöhnliche, über das normale Maß hinausgehende Leistungen für die kleinen Kunden erbringen und dies in moderner, zeitgemäßer Form kommunizieren.“

1. Preis: Schuh Kaufmann, Heilbronn

Inhabergeführt - Roland Nölscher und Marina Kaufmann-Nölscher stehen täglich persönlich im Laden - zeigt Schuh Kaufmann seit 85 Jahren in einer 1A-Lage am Standort Heilbronn Flagge. Darüber hinaus ist man natürlich auch im World Wide Web mit einem gelungenen, informativen Auftritt präsent. In dem modernen, über drei Etagen großzügig gestalteten Fachgeschäft engagiert sich ein hoch motiviertes und kompetentes Verkaufsteam für die Wünsche der großen und kleinen Kunden. Die Kinderschuhabteilung ist ein echter Magnet. Dafür sorgt nicht zuletzt die Rutschbahn, auf der schon Generationen von Kindern gespielt haben. Das umfangreiche Kinderschuhangebot beinhaltet Modelle der WMS-Marken Däumling, Ricosta, Richter und Superfit in allen WMS-Längen und Weiten. In seiner Außenwirkung überzeugt Kaufmann ebenso wie bei der Kommunikation mit seinen Kunden und der lokalen Presse. Zur Geburt und zum Geburtstag werden liebevoll gestaltete Karten versandt. Marina Kaufmann-Nölscher liegt die Arbeit mit Kindern besonders am Herzen. Über ihren unermüdbaren Einsatz in der Kinderschuhabteilung hinaus lässt sie es sich nicht nehmen, junge Mütter in Krabbelgruppen über Fußgesundheit und passende Schuhe aufzuklären.

www.schuh-kaufmann.de



2. Preis: Der kleine Berg, Trier

„Schuhe zum Leben“ heißt das Motto, das von den Inhabern Josefine und Rudolf Berg buchstäblich mit Leben gefüllt wird. Der Servicegedanke spielt für die sympathischen Unternehmer eine zentrale Rolle. So überzeugt das Haus in der ältesten Stadt Deutschlands nicht nur durch ein besonders gepflegtes Kinderschuhangebot. 7.000 Paar Schuhe stehen bereit, von denen die meisten nach WMS gefertigt sind. 30% haben die Weiten S und W. Auch die Mitarbeiter der Kinderschuhabteilung sind dank regelmäßiger WMS-Seminare auf dem neuesten Stand und bringen ihr Wissen rund um Kinderschuhe und Fußgesundheit gezielt, aber unaufdringlich ins Verkaufsgespräch ein. Kreative, publikumswirksame Aktionen wie „Kinderkarton“, bei der pro Jahr rund 2.500 Info-Karten in Entbindungsstationen verteilt werden oder die Teilnahme an der Trierer Baby- und Familienmesse runden das Engagement des „Kleinen Berg“ ab. Der Begriff „Multi-Channel“ ist für die kreativen Berge kein Fremdwort: Auch im Internet macht das Schuhhaus positiv von sich reden. Die hervorragend gestaltete Homepage, der Facebook-Auftritt und der eigene online-Shop mit Beratungshotline wurden von der Jury positiv bewertet.

www.schuhe-berg.de

3. Preis: Schuhhaus Nestel, Reutlingen-Betzingen

Mit einem überdurchschnittlich großen Angebot an WMS-Schuhen in sämtlichen Weiten und hervorragend ausgebildeten Mitarbeitern hält das Familienschuhgeschäft Nestel

seit Jahrzehnten für WMS die Fahne hoch. Mit beachtlichem Erfolg. Die Hälfte der Ladenfläche gehört den kleinen Kunden, 80% des Umsatzes macht Nestel allein mit WMS-Schuhen. Passform und Qualität stehen neben exzellentem Service im Vordergrund. Von den 22 Mitarbeitern haben 17 ein WMS-Diplom. Mit Anzeigen und Artikeln in der lokalen Presse machen Dagmar Krause und ihr Bruder Hans-Georg Nestel auf sich aufmerksam. Vor allem aber sind es ihre Persönlichkeit und die Leidenschaft, die große und kleine Kunden von nah und fern magisch anziehen. Das Geschwisterpaar beweist, dass es auch außerhalb hoch frequentierter City-Lagen möglich ist, durch ein umfangreiches, qualitativ hochwertiges Angebot an WMS-Kinderschuhen und exzellentes Know-how langfristig und nachhaltig Kinderschuhe zu verkaufen. www.schuh-nestel.de

Zum ersten Mal vergab die Jury einen **Sonderpreis** für außergewöhnliche Architektur und innovative Gestaltung einer Kinderschuhabteilung. Dieser Preis geht verdienstermaßen an das Unternehmen Cordes Schuhe in Herzebrock-Clarholz. Das Traditionshaus, das heute von Raimund Cordes geführt wird, überzeugt durch einen modernen, kreativen Auftritt. Das Motto „Kinderschuhe sind unsere Leidenschaft“ spiegelt sich nicht nur in dem umfangreichen Sortiment (18 Kinderschuhmarken) und der gelungenen Imagebroschüre wider. Besonderes Augenmerk verdient die im Sommer 2011 neu konzipierte, in warmen Orangetönen gehaltene Kinderschuhabteilung, die in der Branche ihresgleichen sucht. Ovale, in die Wand integrierte, weiße Warenträger, an moderne Kunst erinnernde Präsenter, originelle Leuchtoobjekte und stylische Sitzmöbel machen diesen Ort zu einer chilligen Oase mit Wohlgefühlcharakter.

WMS-Händlerfinder jetzt als App

Neben der Möglichkeit Schuhhändler mit einem breiten Angebot an WMS-Schuhen im Internet über das WMS-Register zu finden, bietet das Deutsche Schuhinstitut jetzt zusätzlich eine App für Smartphones an. Dieser WMS-Händlerfinder ist ab sofort für Android und iOS kostenlos im App Store erhältlich.

Wie geht's? Zunächst die App „WMS Händlerfinder“ im App-Store herunterladen. Die App gleicht sich dann automatisch mit den aktuellen Daten des WMS-Registers ab und bietet neben der regulären Suchfunktion nach Postleitzahlen eine Umkreissuche sowie eine kartengeführte Wegbeschreibung. Außerdem ist die Suche nach Ort und Name des jeweiligen Schuhhauses möglich. Die App beinhaltet auch Informationen zu WMS sowie eine Verlinkung zu den aktuellen WMS-Lizenznehmern. DSI Geschäftsführer Manfred Junkert stellt die Vorteile dieses neuen Kommunikationsmediums heraus: „Alle WMS-Registergeschäfte genießen automatisch die Vorteile der WMS App und können jederzeit und überall als WMS-Händler vom Verbraucher gefunden werden.“



Gerswind Majowski vom hessischen Schuhfilialisten Majo-Schuhe demonstriert die Vorzüge der neuen WMS App.



Aktuelle WMS Seminare in Ihrer Nähe



29.11.2012	Stuttgart	10:00 Uhr
30.11.2012	München	10:00 Uhr
13.12.2012	Berlin	10:00 Uhr
14.12.2012	Hamburg	13:30 Uhr
11.01.2013	Frankfurt/Main	10:00 Uhr
14.01.2013	Freiburg	09:00 Uhr
23.01.2013	Münster	09:00 Uhr
23.01.2013	Köln	16:00 Uhr
30.01.2013	Bremen	09:00 Uhr
30.01.2013	Hannover	15:00 Uhr
06.02.2013	Nürnberg	09:00 Uhr
24.03.2013	Schkeuditz	13:30 Uhr

Wussten Sie schon, dass Sie sich jetzt ganz einfach online im Händlerbereich auf unserer Website www.wms-schuh.de zu einem Seminar anmelden können? Passwort: wms-schuh



Was zusammengehört, soll man nicht trennen. Das DSI Lookbook, bislang ausschließlich Schuhen vorbehalten, wurde daher jetzt um Taschen erweitert. Damit bietet das Deutsche Schuhinstitut der Mode- und Publikumspressen einen zusätzlichen Service. Muster von Schuhen und Taschen für eigene Shootings sowie Fotos und Texte zu den modischen Must-haves der Saison können zentral beim DSI abgerufen werden.

Das neue Lookbook für Frühjahr/Sommer 2013 ist für Pressevertreter ab sofort beim DSI kostenlos erhältlich.



NACHGEFRAGT



3 Fragen an...

Manfred Junkert

Hauptgeschäftsführer des Bundesverbands der Schuh- und Lederwarenindustrie e.V.

WIE BEURTEILEN SIE DIE GESAMTWIRTSCHAFTLICHE SITUATION IN DEUTSCHLAND?

In Deutschland hat sich die gesamtwirtschaftliche Situation im ersten Halbjahr 2012 trotz der anhaltenden Euro-Schuldenkrise positiv entwickelt. Maßgeblich dafür sind aus meiner Sicht die guten strukturellen Rahmenbedingungen, vor allem der hohe Beschäftigungsgrad. Dadurch ist Kaufkraft vorhanden; die Konsumneigung der Verbraucher erweist sich weiterhin als stabil.

WIE ENTWICKELN SICH DIE EXPORTMÄRKTE? WIE SIND DIE MESSEN IN JAPAN UND RUSSLAND GELAUFEN? SIND WEITERE AKTIVITÄTEN IM AUSLAND GEPLANT?

Die Entwicklung in den einzelnen Exportmärkten verläuft sehr unterschiedlich. Die Schuhexporten in die USA

nehmen wieder zu, auch Russland zeigt eine positive Entwicklung, wie wir unlängst anlässlich der Messe Mos Shoes feststellen konnten. Ein Risiko für Wachstumsprognosen sehe ich allerdings in der weiteren Verschärfung der Staatsschulden- und Finanzkrise im Euro-Raum. Der HDS wird seine Aktivitäten im Ausland, zum Beispiel in Form von Messebeteiligungen, weiter ausbauen. Ich denke da vor allem auch an China. Hier nutzen wir die Plattform der GDS Select in Shanghai, die im April nächsten Jahres Premiere feiern wird, um neue Absatzchancen in diesem aufstrebenden Markt wahrnehmen zu können.

WAS MACHT DIE DEUTSCHEN SCHUHHHERSTELLER SO ERFOLGREICH? WO LIEGEN DIE WETTBEWERBSVORTEILE GEGENÜBER ANDEREN MARKEN?

Die deutschen Hersteller haben in den letzten Jahren sehr stark in ihre Marken investiert und somit ihr Profil schärfen können. Mit ihren hochwertigen Produkten erfüllen sie die Wünsche und Bedürfnisse der anspruchsvollen Verbraucher. Deutsche Schuhe stehen für perfekte Passform und eine hohe Verarbeitungsqualität. Aufgrund dieser Eigenschaften und durch die konsequente Weiterentwicklung der modischen Aussage nehmen deutsche Schuhmarken im internationalen Wettbewerb eine Spitzenstellung ein.