

NEUE NAMEN FÜR DIE ORDER FRÜHJAHR/SOMMER 2023

Schuh- und Taschen-Labels to watch

Von Simone Reiner, Elke Dieterich, Leonie Christians, Christel Wickerath, Aylin Yavuz und André Bangert

Dienstag, 09. August 2022



Frische Impulse für Schuh- und Taschen-Sortimente. Genau zur richtigen Zeit, denn noch ist die Orderrunde zum Frühjahr/Sommer 2023 in vollem Gange. Von unkonventionellen Leder-Clogs über Schultertaschen aus delikaten Ledern oder ultraleichtem PU bis hin zu faltbaren Koffern – spannende Kollektionen, zusammengestellt von der TW-Redaktion.

ZSOFIA KMET



Seit Generationen arbeitet die Familie von Zsafia Kmet mit Leder. Kein Wunder also, dass die junge Unternehmerin nach einer Ausbildung zur Goldschmiedin zum Leder zurückkehrt. Ihre ersten Taschen fertigt sie mit der Expertise ihres Vaters aus Lederresten und vertreibt diese neben Schmuck und Sonnenbrillen unter dem Label Friday Fellows, das sie mit einer Freundin und Geschäftspartnerin in Frankfurt gründet. Jetzt führt Zsafia Kmet die Taschen unter eigenem Namen weiter. Mittlerweile bezieht sie das Leder selbst bei einem der größten Hersteller Italiens, es stammt aus Überproduktionen. So kommt sie in den Genuss kleiner Mengen hochwertigen Leders, das mal für fünf Taschen, mal für 20 reicht, so dass jeder Style limitiert ist. Kmet liebt einfache, aber interessante Schnitte, ihre Taschen sind ungefütert, zeitlose Begleiter für Business und Freizeit. In der Produktion arbeitet Kmet nach wie vor mit ihrem Vater zusammen – in Budapest. Die Griffe knotet sie allerdings eigenhändig in Frankfurt. Mit VKs um 200 Euro stößt Zsafia Kmet in ein attraktives Preissegment, die Mindestorder ist bei 500 Euro angesetzt; EKs starten bei 60 Euro. Der Vertrieb läuft über die Agentur Brigitta Zöller, Häuser der Mode Frankfurt.

SLAYE



Als Eigenlabel des Kult-Stores in Antwerpen, Monar, ins Leben gerufen, öffnet sich die reine Sommer-Kollektion jetzt auch für den Wholesale. Die zeitlosen, fast schon minimalistischen Pantoletten und Sandalen punkten mit ihrer gut gepolsterteren Ledersohle und können über ein B2B-System, das immer wieder um neue Farben ergänzt wird, über die ganze Saison hinweg nachgezogen werden. So können Händler das Risiko kleinhalten, während die Schuhe im besten Fall nicht in den Sale rutschen. Bei einem Mark-up von mindestens 2,6 kosten die Schuhe 40 bis 50 Euro im EK. Der Vertrieb läuft über Agents of, Düsseldorf.

ELIZ



Eliz kommt mal auf runden, mal auf Karreeleisten daher, mal auf flachem, mal auf höherem Absatz und ist farbenfroh, dekorativ und immer feminin. Kein Wunder, denn das brasilianische Label ist fast vollständig in Frauenhand. Händler können sich Farbthemen

individuell zusammenstellen, die EKs starten bei 33 und gehen bis rund 50 Euro. Kalkuliert werden kann mit 2,8 bis 3,0. Den Vertrieb lenkt Agents of, Düsseldorf.

JACK GOMME



Zwar gibt es Jack Gomme bereits seit rund 20 Jahren, und einige wenige deutsche Händler haben die Kollektion auch immer mal wieder im französischen Showroom geschrieben, der offizielle Start auf dem hiesigen Markt erfolgt aber jetzt, mit der Orderrunde Frühjahr/Sommer 2023. Den Vertrieb für Deutschland hat Sarah Freise Distribution, Königstein, übernommen. Im Zentrum der Kollektion stehen sportive, extrem leichte Taschen für jeden Tag, die "alles mitmachen". Das liegt an veganen, ultraleichten PU-Materialien, die aus Japan stammen und für die Jack Gomme bekannt ist. Aus ihnen sind rund 80% der Kollektion gefertigt. Für ausgesuchte Modelle wie Yoga-Tasche und Rucksack kommt auch mal ein Material zum Einsatz, das an Segelplanen erinnert, ein kleiner Teil der Kollektion wird zudem aus italienischem Kalbleder gefertigt. Jack Gomme richtet sich vornehmlich an Frauen, kostet im Kern 50 Euro im EK und kommt mit einem Mark-up von 2,5.

SANYAKO



Der Name klingt japanisch – und das hat seinen Grund. Denn die Inspiration für diese Sneaker-Kollektion kommt aus Tokio, wo der spanisch-kalifornische Modedesigner Roy Laussom während einer Reise 2015 die Idee zu diesem Label entwickelte. Entstanden ist daraus der Blitz als Markenzeichen und ungewöhnliche Farbkombinationen von Pastellen bis Knallfarben. Typisch für die Unisex-Sneaker-Linie in Leder und Canvas sind außerdem vulkanisierte Sohlen. Gefertigt wird in Spanien, seinen Sitz hat das Unternehmen allerdings in Italien, wo Designer und Macher Laussom lebt. VK-Preise liegen um 150/169 Euro. Der Vertrieb hierzulande läuft über die Agentur D-tails, Patrick Coppolecchia, München.

CARL FRIEDRIK



Funktionalität und Langlebigkeit treffen bei Carl Friedrik auf schlichte Eleganz. Bereits 2012 von zwei schwedischen Brüdern gegründet, hat sich das Label aus London so

mittlerweile zum echten Spezialisten für hochwertige Leder-Accessoires entwickelt. Die Kollektion umfasst praktische, zugleich raffinierte Geldbörsen, Aktentaschen, Gepäckstücke. Das Vachetta-Leder, das den Teilen ihre luxuriöse, glatte Textur gibt, kommt aus einer familiengeführten Gerberei in der Toskana, wo es in Handarbeit eingefärbt wird. Mittlerweile ist die Kollektion auch für den Wholesale orderbar, Preise rangieren bei einem Mark-up von 2,2 bis 4,0 zwischen 45 Euro VK für kleinere Leder-Accessoires und 800 Euro für Weekender.

CLAIRE CHARLOTTE



Gegründet von drei Geschwistern im spanischen Aspe, will das Label mit zeitgemäßen und bequemen Holzclops überzeugen. Zeitgemäß insofern, als dass Schnitte, Materialien und auch Farbgebungen die Modelle unkonventionell und modern werden lassen. Bequem insofern, als dass die Clogs trotz Holzsohle ein Mindestmaß an Flexibilität versprechen. Sie kosten im EK 60 bis 80 Euro und können mit einem Aufschlag von 2,6 kalkuliert werden. Für den deutschsprachigen Raum hat die Agentur Alexander Pospisil, Düsseldorf, den Vertrieb übernommen.

LEMARÉ



Seit Generationen gibt es das italienische Label aus Monte Urano, Italien, schon. Jetzt kommt es über die Agentur Alexander Pospisil, Düsseldorf, auch in den deutschsprachigen Raum. Mit zahlreichen Karreeleisten, Plateaus und Blockabsätzen umweht die Kollektion die Stilistik der 70er Jahre, die mit einer konsequenten Farb- und Formensprache aber in die Moderne umgesetzt ist. Preislage: 96 bis 120 Euro im EK, Kalkulation: 2,6, Mindestorder: 40 Paar.

HALMANERA



Delikate Sling-Pumps auf kleinem Absatz, abgeräumte Blockheel-Sabots mit leichtem Plateau, entspannte Riemchen-Schlappen aus Metallic-Leder, kernige Loafer mit luftigem Upper. Die Bandbreite von Halmanera – einigen vermutlich schon ein Begriff – ist nicht gerade klein, immer schwingt das Feminine mit. Die Leder butterweich, die Verarbeitung vom Feinsten, verspricht das italienische Label – in DACH über Alexander Pospisil,

Düsseldorf – Design auf höchstem Niveau. Die EK-Spanne reicht bei einem Mark-up von 2,6 von 90 bis 120 Euro.

ROLLINK



Hinter Rollink, 2018 gegründet und seit 2020 am deutschen Markt, stehen Eyal Azoulay und Max Wagner, die lange Jahre für diverse Luggage-Brands tätig waren. Beide fragten sich immer wieder, von welcher Innovation das Business mit Koffern wirklich profitieren könnte – und kamen so dazu, ein mittlerweile patentiertes Faltsystem zu entwickeln. Dieses lässt den zusammengefalteten Koffer nicht mehr als 5cm hoch sein. Nicht nur Konsumenten profitieren beim Nichtgebrauch davon, sondern auch Handelspartner, die so Lagerfläche einsparen. Dass die Macher bei Rollink aus Überzeugung auf zusätzliche Gadgets wie Powerbanks und GPS-Sensoren verzichten, reduziert nicht nur das Gewicht des Koffers, sondern auch seinen Preis. Er liegt bei einem Mark-up von 2,5 im EK bei 40 bis 70 Euro, geordert wird in Sets. Des Weiteren hat Rollink eine PETA-Zertifizierung für alle Produkte. Kontakt: info@rollink-koffer.de (mailto:info@rollink-koffer.de).

RUBIROSA



"Ich würde alles riskieren, um Langeweile zu vermeiden", sagte einst Porfirio Rubirosa, Lateinamerikaner, Diplomat, Stilikone und Playboy der 1940er und 50er Jahre. So versteht sich auch das nach ihm benannte Schweizer Schuhlabel Rubirosa aus Gossau. Die in Italien handgefertigten Sneaker für Frauen und Männer sollen Luxus, Stil, Eleganz und gleichzeitig Leidenschaft und Langlebigkeit signalisieren. Hinzu kommt eine Auswahl an genderlosen Styles. Die Farbpalette ist inspiriert von tropischer Natur und karibischem Vibe. Die verwendeten Materialien stammen aus der Schweiz und dem benachbarten Europa und seien von der unabhängigen Organisation Carbon-Connect AG als klimafreundlich bewertet worden, heißt es. Außerdem habe das Unternehmen begonnen, mit der Non-Profit Organisation Treellionaire zusammenzuarbeiten, und pflanze ab sofort einen Baum für jedes Paar Schuhe, das verkauft wird. Die VK-Preise für Damen-Sneaker bewegen sich zwischen 329 und 379 Euro, bei den Herren liegt der Schwerpunkt zwischen 329 und 359 Euro. Der Vertrieb hierzulande läuft über die Agentur Matthias Schwarte in München.

LABEL17



Seit der Gründung 2017 hat es sich Label17 zur Mission gemacht, bei der Produktion von Schuhen, Taschen und Accessoires so natürlich wie möglich zu bleiben. Das in Zürich ansässige Unternehmen hat sich vor allem auf hochwertiges Lammnappaleder und Lammfell spezialisiert, das in handwerklichen Ateliers in Graubünden, Schweiz, und Marrakesch, Marokko, verarbeitet wird. "Eine Liebesgeschichte zwischen der Schweiz und Marokko", beschreiben es die Geschäftsführer Christina McDaniel und David Pfrommer. Geflochtene Leder-Clogs, ungefütterte Shopper und wendbare Lammfelltaschen sind nur einige Key-Pieces der Kollektion, die minimalistisches Design mit alten Produktionstechniken verknüpfen. Das Label17-Studio befindet sich im Züricher Seefeldquartier, von dort wird auch der Vertrieb in eigener Hand abgewickelt. Das Kernprodukt 'Handbag Tresse' beläuft sich im EK in der Standard-Variante auf gut 320 Euro, in der Medium-Version auf etwa 230 Euro.

NIRA RUBENS



Jedes Teil ein Unikat – schließlich werden die Sneaker und Taschen von Nira Rubens in Italien von Hand bemalt. Das häufigste Motiv bildet ein Herz, aber auch Sterne, grafische Symbole und Wordings werden von an der Venice Art Academy ausgebildeten Künstlern mit verschiedenen Maltechniken auf die Modelle gebracht. Gezeigt werden unterschiedlichste Farbstellungen – teils mit Metallic-Effekten. Und auch das Leder kommt nicht nur in schlichtem Weiß, sondern auch mal mit Tie-Dye- oder Degradé-Effekten daher. Veredelt werden meist schlichte Sneaker-Silhouetten im 90s-Look, außerdem Taschen mit klarer Formsprache – von Shoulder-Bag bis Rucksack. Die EK-Preise liegen zwischen 68 und 78 Euro. Der Vertrieb läuft über die Agentur Helena Zimmermann.

ONETWOHOLD



OneTwoHold entwickelt innovative Accessoires für den Alltag, die das Leben der Konsumenten vereinfachen und gleichzeitig verschönern sollen. Starprodukt der Kollektion ist "Holdie", eine nachhaltige Kette, die mit einem Karabinerhaken an Mund- und Nasenschutz befestigt werden kann. Die Idee zu dieser Maskenkette kam den beiden österreichischen Unternehmerinnen Nina Bernegger und Dagmar Grimus-Leitgeb zu Beginn der Pandemie. Nun, knapp zwei Jahre und 14 Farboptionen später, hat OneTwoHold das Sortiment um weitere Helfer erweitert, darunter die "Holdie Bag", ein großer, robuster Shopper aus nachhaltigem Polyethylen, sowie der "Bag Sheriff" – ein Armband, das sich zu einem Sicherheitsband für die Tasche umfunktionieren lässt und mit dem man diese unterwegs einfach am Tisch oder an der Armlehne fixieren kann. Der klassische Holdie startet im VK bei rund 15 Euro, Bag Sheriffs liegen bei knapp 20 Euro, Taschen kosten um 70 Euro. Der Vertrieb läuft direkt über OneTwoHold.

LIFF BERLIN

Liff Pro



Eine gute Idee: Linda Tulke hat ein Faible für echtschmuck. Sie lässt handgearbeitete Broschen aus Swarovski-Kristallen und 935er Silber fertigen. Diese Preziosen kann man nicht nur ans Revers heften, sondern auch Taschen und Schuhe damit schmücken. Die 27-jährige Berlinerin hat ein Dutzend verschiedener Broschen im Portfolio, ob rund, eckig oder oval. Auch individuelle Schmuckstücke können bestellt werden. Boots, Sandalen und Trapeztaschen dienen als Kern der Kollektion Liff Berlin, die mit dem Slogan "Change it. Love it. LIFF it." auf sich aufmerksam macht. Die VK-Preise für die Broschen liegen bei 149 Euro, Schuhe inklusive der Broschen bewegen sich zwischen 349 und 389 Euro. Leder-Taschen in zwei Größen kosten 299 bzw. 359 Euro.

WOLLOW



Martin Jürgensen sitzt an seinem Stand auf der Seek. Vor ihm ganz sonderbare Schuhe. Die Idee hinter dem Label Wollow, das von Frauen wie Männern getragen werden kann und soll, ist aber so gar nicht sonderbar, sondern logisch. Warum nicht einfach die Vorteile von Sneaker und Sandale zusammenpacken. Heraus kommen die Schuhe seines Labels Wollow. Die soften Treter kommen aus Kopenhagen wie auch Designer und Inhaber des Labels Jürgensen selbst. Seine Styles bedienen verschiedene Richtungen gleichermaßen, unter anderem Leichtigkeit, Luftigkeit, Bequemlichkeit und Nachhaltigkeit. Jürgensen kann viel erzählen zur Produktion. 150 Euro im VK sollen die Schuhe kosten. Noch verkauft er sie nur im Online-Shop. Noch. Der Vertrieb läuft über ihn. Die Mail: martin@wollow-official.com (<mailto:martin@wollow-official.com>).

PURSCOEN



Für viele Händler sind die Schals von Purschoen bereits ein wichtiger Impuls-Umsatzbringer, schließlich gibt es das Label bereits seit sieben Jahren. Das Besondere ist die extrem breite Farb- und Dessin-Range mit 100 Unifarben von Pastellen und Neutraltönen bis Knallpink und 50 Prints. Ebenso besonders ist der weiche Touch des in Nepal handgefärbten Cashmere. Auch aufwendig geflochtene und gewebte Varianten gehören zum Portfolio. EK-Preise variieren von 85 bis 99 Euro. Die geflochtenen Schals kosten 189 Euro im EK. Der Vertrieb läuft über Goodstuff Fashion, Silvano Rose, Nürnberg.