

SUXXESS

by imote^x



SU
ITALY
ESTD. 1996

EG | RAUM 016-018

YOUNG PROFESSIONALS

GERMANY'S NR. 1 IN PRONTO MODA
FASHION F/S 2021 • TREND • RETAIL
DIGITAL • WIRTSCHAFT

ISSUE | 2021



ESVIVID BY OFELIC BUSINESS
4. ETAGE, RAUM 419 – 421



Frau Chen
Telefon +49 (0) 2131 3671608
Mobil/WhatsApp +49 (0) 157 34281736
E-Mail info@esvivid.de

Frühlingsgrüße aus Neuss

Alles neu macht der März ... Pünktlich zum Saisonauftakt liegt das neue SUXXESS by IMOTEX MAGAZINE vor Ihnen. Der neue Look steht ihm gut. Im zeitgemäßen Layout, mit moderner Bildsprache und fachlich kompetenten Inhalten führt das Heft den Fachhandel professionell durch die Frühjahr-/Sommer-Saison. Gerade in diesen unsicheren Zeiten von Corona, Lock-down & Co. wollten wir uns als IMOTEX-Modecentrum die Innovationsfreude nicht verderben lassen und haben uns zu einem neuen Auftritt entschlossen. Wir gehen mutig und gestärkt in die Saison 2021 und möchten Sie mit spannenden Inhalten und Trends bei der Order begleiten.

Königsdisziplin ist die Modestrecke, bei der die aktuellen Modetrends im Rampenlicht stehen. Gemütliche Loungewear hat sich in der Mode etabliert und Naturthemen sind gesetzt. Aber es geht auch um innovative Hosensilhouetten, um Plissee, Polka Dots, Pastelltöne und vor allem um den Spaß an der Mode.

In unserem Titelthema „Young Professionals“ widmen wir uns der neuen Generation Pronto Moda, die mit visuellen modischen Erlebniswelten und digitaler Kommunikation punktet. Doch wir wollen es nicht dabei bewenden lassen, Ihnen die wichtigsten neuen Frühjahr-/ Sommer-Trends vorzustellen. Es ist auch unser Anliegen, Sie in Ihren Store, auf Ihre Fläche zu begleiten, um Ihnen dort zur Seite zu stehen, wo die Themen überzeugen müssen. Wo es darum geht, die KundInnen zu begeistern, und wo es darauf ankommt, wie man Modethemen in Szene setzt und vermarktet, wie man seinen Store, seine Fläche gestaltet, wie man visuelle Botschaften sendet und die speziellen Anforderungen an Beratung, Service und Vertrieb in diesen besonderen Zeiten erfüllt.

Lassen Sie sich inspirieren und tauchen Sie ein in die Welt der Pronto Moda.

Das Team

Ihr IMOTEX



V. l. n. r.: Martina Knips / Verwaltung; Fatima Kelecija / Marketingmanagerin; Rolf Zimmermann / Leiter Centermanagement; Marion Biermann / Kundeninformation & Fashion Access Card; Janine Fortkamp / Social Media

Trend

12 – 13
OVERSIZED SILHOUETTEN
Weiter, länger und volumiger

16
LOUNGEWEAR
Lässig, cozy und flexibel

17
POLKA DOTS
Pretty Woman lässt grüßen

18 – 23
MUSTERMIX
Farbenfrohe Mode mit Spaßfaktor

24
IT-PIECE PLISSEE
Zarte Falten voll im Trend

25
PAPERBAG, BUNDFALTE & CO.
Hosen suchen das Weite

28 – 33
WEISS, ROSA, PINK UND BLAU
Rosarot mit coolem Twist

36
BLÜTENPRACHT
Wie ein bunter Blumenstrauß

37
MAXIMALISMUS
Extraweite Proportionen

40
TRANSPARENZ
Mode mit Durchblick

41 – 42
TRENCHCOAT RELOADED
Trench ist Trend

43
STRICK
Vielfältige Maschen

44 – 45
PASTELLE
Von der Natur geküsst

46 – 47
LET'S PARTY
Feste feiern, wie sie fallen



16

Loungewear
Lässig, cozy und flexibel

37

Maximalismus
Extraweite Proportionen



44-45

Pastelle
Von der Natur geküsst

50-53

Young Professionals
Interview mit Claudia Huang und Sohail Khan



Titelthema

50 – 53
YOUNG PROFESSIONALS
Interview mit Claudia Huang und Sohail Khan

Retail

56 – 57
ERFOLGREICHE ALLIANZEN
Positive Impulse durch Kunst & Kultur

58
INDIVIDUALITÄT FREI HAUS
Flankierende Vertriebswege weiter forcieren

59
SMARTE LÖSUNG
Shop Interior mit visueller Message

Wirtschaft

63 – 65
GEMEINSAM SIND WIR STARK
Mehrwert für Erlebnis, Sortiment, Service und Beratung

Digital

67
ÜBER SOCIAL MEDIA LIVE DABEI
Rund um die Uhr mit dem IMOTEX in Kontakt

Rubriken

03
EDITORIAL

08
QR-Code

09
Intern

68 – 69
HÄNDLERVERZEICHNIS

70
IMPRESSUM



Cover März 2021
SU¹ GmbH – Damenmode und Plus-Size-Fashion
EG, Raum 016 – 018
Telefon: +49 (0) 2131 5953303
Mobil / WhatsApp: +49 (0) 176 64881561
E-Mail: su-1@outlook.de



Kennen Sie die IMOTEX Daily Fashion App®?
Tolle Funktionen und ein Shopfinder erwarten auf Sie unter: imotex.de/de/App/.



CM
premium

C-M PREMIUM MODEVERTRIEB

4. ETAGE, RAUM 416 – 418



Herr Chaudhry
Telefon +49 (0) 2131 5959059
Mobil/WhatsApp +49 (0) 157 33441352
E-Mail info@cmpremium.de

QR-CODE

SO KÖNNEN SIE DAS MAGAZIN NOCH EFFEKTIVER NUTZEN

Mit der aktuellen Ausgabe des SUXXESS MAGAZINE bietet Ihnen das IMOTEX eine noch schnellere und effektivere Nutzung von Informationen an. Mit den neu integrierten QR-Codes bringen wir Sie schnell zur IMOTEX-Website, zu Anbietern, Services und Leistungen.

Die einzelnen Schritte zur Nutzung möchten wir Ihnen gerne vorstellen:

1 QR-Code-Scanner herunterladen

Bei den meisten Smartphones ist der QR-Code-Scanner bereits auf der Kamera-App vorhanden. Dies können Sie schnell testen. Einfach die Kamera auf einen QR-Code halten wie bei einem Foto. Ist der QR-Code-Scanner integriert, erkennen Sie nach einigen Sekunden, was sich hinter dem Code verbirgt, und Sie können dem Link folgen. Falls die Kamera nicht reagiert, müssen Sie eine QR-Code-Scanner-App installieren. Die App können Sie im App Store (Apple iOS/iPhone) und im Google Play Store (Android) herunterladen. Hier sind zahlreiche QR-Code-Scanner verfügbar. Eine kostenlose App reicht aus.

2 App installieren und öffnen

Nach dem Download der App im Store muss der QR-Code-Scanner installiert werden. Folgen Sie einfach den Anweisungen Schritt für Schritt. Danach können Sie die Codes scannen. Die Startseite ist ähnlich wie die Kamera-App aufgebaut.

3 Code scannen

Es ist ganz leicht. Einfach nur die geöffnete Kamera oder die QR-Code-Scanner-App einige Sekunden vor den gedruckten QR-Code halten.

4 Inhalt öffnen

Sobald der Code gescannt wurde (manche Smartphones vibrieren nach dem erfolgreichen Scannen), brauchen Sie nur den Anweisungen zu folgen. Bei manchen Geräten werden Sie aufgefordert, einen Link im Browser zu öffnen.



KENNEN SIE DIE IMOTEX DAILY FASHION APP®?
IMOTEX.DE/DE/APP/

Datenschutzerklärung

Sollten Sie die Möglichkeit der direkten Weiterleitung auf die Websites der Händler über das Scannen des jeweiligen QR-Codes mithilfe eines mobilen Endgerätes nutzen, so werden Ihre personenbezogenen Daten nach der Maßgabe dieser Datenschutzerklärung verarbeitet. Durch den Scanvorgang werden Ihre IP-Adresse, das Datum, die Uhrzeit sowie der Ort (Land und Stadt), von dem aus der QR-Code gescannt wird, die Art des Gerätes, mit dem der QR-Code gescannt wird, das auf dem Gerät installierte Betriebssystem sowie die Häufigkeit der Scanvorgänge gespeichert. Diese Daten werden zu Auswertungszwecken bzw. zur Erstellung von Statistiken im Rahmen von Marketingmaßnahmen verarbeitet. Die Rechtsgrundlage der Verarbeitung ergibt sich jeweils aus Art. 6 Abs. 1 lit. a) der Verordnung (EU) 2016/679 (nachfolgend „DS-GVO“), indem Sie Ihre Einwilligung erteilen. Die Einwilligung erteilen Sie, indem Sie in Kenntnis der Verarbeitungszwecke die Möglichkeit der Weiterleitung durch das Scannen des QR-Codes nutzen.

Der für die Verarbeitung Verantwortliche i.S.d. DS-GVO ist die:

IMOTEX Modecenter GmbH & Co. OHG

vertreten durch die Unimo Shopping Center I GmbH, diese wiederum vertreten durch ihre Geschäftsführer Josef Beissel und Patrick Gerstner Georg-Bleibtreu-Straße 10 46509 Xanten Tel.: +49 2801 805 100

Den zuständigen Datenschutzbeauftragten

Michael Börgers erreichen Sie unter:

Unimo Property Management GmbH
Georg-Bleibtreu-Str. 10
46509 Xanten
Tel.: +49 2801 805 440
dsb@unimo.de

Eine Weitergabe Ihrer personenbezogenen Daten an Dritte erfolgt nicht. Eine Weitergabe Ihrer personenbezogenen Daten an ein Drittland findet nicht statt.

Ihre personenbezogenen Daten werden ausschließlich für die Dauer der Auswertung, die Ergebnisse der Auswertungen werden anschließend ausschließlich in anonymisierter Form für die Dauer von 7 Tagen gespeichert, insofern gesetzliche Bestimmungen keine längeren Aufbewahrungsfristen vorsehen.

Ihnen stehen folgende Rechte zu:

- das Recht auf Auskunft gegen den Verantwortlichen über die bei ihm gespeicherten Sie betreffenden personenbezogenen Daten (Art. 15 DS-GVO),
- das Recht auf Berichtigung (Art. 16 DS-GVO) Ihrer personenbezogenen Daten,

- das Recht auf Löschung (Art. 17 DS-GVO) Ihrer personenbezogenen Daten,
- das Recht auf Einschränkung der Verarbeitung (Art. 18 DS-GVO),
- das Widerspruchsrecht gegen die Verarbeitung, welche auf Art. 6 Abs. 1 lit e) oder f) beruht (Art. 21 DS-GVO),
- das Recht, die erteilte Einwilligung jederzeit zu widerrufen, ohne dass die Rechtmäßigkeit der aufgrund der Einwilligung bis zum Widerruf erfolgten Verarbeitung berührt wird (Art. 7 Abs. 3 DS-GVO),
- das Recht auf Datenübertragbarkeit (Art. 20 DS-GVO), das heißt Aushändigung Ihrer beim Verantwortlichen gespeicherten personenbezogenen Daten in einem gängigen, maschinenlesbaren Format.
- Des Weiteren haben Sie ein Beschwerderecht bei der zuständigen Aufsichtsbehörde (Art. 77 DS-GVO).

Für den Fall, dass Sie in die Verarbeitung Ihrer personenbezogenen Daten gemäß dieser Datenschutzerklärung nicht einwilligen möchten, so können Sie diese Verarbeitung Ihrer personenbezogenen Daten vermeiden, indem Sie die in dieser Zeitschrift abgedruckten QR-Codes nicht scannen. Sie können die Websites der Händler auch über die manuelle Eingabe der jeweiligen Internetadresse über einen Browser und ein internetfähiges Gerät Ihrer Wahl erreichen. Bitte beachten Sie, dass grundsätzlich auch Betreiber von Websites in den überwiegenden Fällen personenbezogene Daten der Website-Besucher verarbeiten.

Intern

IMOTEX WEITER IM AUFWIND

SCHNELLIGKEIT IST TRUMPF



Das IMOTEX hat sich hübsch gemacht. Pünktlich zum Auftakt der neuen Saison präsentiert sich das Haus neu und in hellen Farben. Mit schnell verfügbarer Pronto Moda befindet sich das Modecentrum weiter im Aufwind. Der Weg nach Neuss lohnt sich.

Corona hin oder her – Centermanager Rolf Zimmermann und sein Team haben sich von der Krisenstimmung nicht beirren lassen und blicken positiv in die Frühjahr-/Sommer-Saison 2021. Auch die Mieter in den Showrooms sind guter Stimmung, denn die Geschäfte laufen gut im IMOTEX. So kann es weitergehen.

Wie war es denn so im letzten halben Jahr? Einen Lock-down gab es im Modecenter nicht, das Haus und alle Showrooms hatten zu den üblichen Zeiten geöffnet und die Fachhändler konnten sich kurzfristig und nah am Bedarf mit aktueller Ware versorgen lassen. „Da war richtig Schwung und Bewegung“, schwärmten viele Mieter. Obwohl die Läden geschlossen hatten, deckten sich die Kunden mit Sofortware für ihre Geschäfte und Online-Shops ein. Es gab viel Zuspruch von Kunden, die sich mit den Pronto-Programmen ein individuelles Sortiment zusammenstellen können.

Die Resonanz ist gut, denn immer mehr Einzelhändler möchten sich unabhängig von langen Orderzeiträumen machen. Es kamen viele Neukunden, denn „Pronto Moda schlägt Ware mit langen Vororderzeiten und zeitlich entfernten Lieferterminen“, fasst Centermanager Rolf Zimmermann zusammen. Das IMOTEX als internationale Fashion-Plattform ist bestens gerüstet und dadurch

erfolgreich. Ein zusätzliches, digitales Tool ist die IMOTEX Daily Fashion App® für Sofortware, zu der die Fachhändler exklusiv Zugang haben und mit der sie schnell und unkompliziert ordern können. Auch die Mieter gehen in der Kommunikation neue Wege über WhatsApp, Facebook oder Instagram. Dadurch werden die Kontakte intensiver, persönlicher und regelmäßiger. „Wir können nicht warten, dass ein Kunde in den Showroom kommt. Wir müssen ständig im Dialog sein und uns austauschen“, sagt vor allem die neue, junge Generation Pronto Moda.

Überhaupt hat sich das IMOTEX optisch modernisiert und in die Attraktivität wurde ein hoher siebenstelliger Betrag investiert. Die Renovierungsarbeiten des ersten Bauabschnitts im Erdgeschoss sind beendet und zum Start in die neue Saison erstrahlen die Räumlichkeiten in neuem Licht. Die Mieter haben ihre neu gestylten Showrooms bezogen. Beim Flanieren durch die Etage fühlen sich die Besucher wie in einer modernen Shoppingmall. Die Wände haben einen hellblauen Anstrich bekommen, das Mobiliar wurde ausgetauscht und alles erscheint großzügiger, heller und freundlicher. Und auch die Showrooms setzen auf eine moderne, zeitgemäße Ausstattung mit schön dekorierten Schaufenstern, fantasievollen Warenwelten und gemütlicher Sitzecke.

Bis Ende September sollen die Renovierungsarbeiten beim zweiten Bauabschnitt im Erdgeschoss abgeschlossen sein. Das IMOTEX-Team ist stolz und optimistisch: „Der Modeeinkauf entwickelt sich ganz klar in Richtung Sofortware und der Trend wird sich in jedem Level verstärken“, sagt IMOTEX-Marketingmanagerin Fatima Kelecija.

Trend

TREND

WIE DIE MODE
FRÜHJAHR / SOMMER
2021 AUSSIEHT

GLM
MODA GMBH



GLM MODA
5. ETAGE, RAUM 515 – 517



Frau Zheng
Telefon +49 (0) 2131 4031379
Mobil/WhatsApp +49 (0) 176 31698208
E-Mail glmmoda@yahoo.de

Anzeige

Trend

OVERSIZED SILHOUETTEN

WEITER, LÄNGER UND VOLUMIGER



Extraweite Proportionen haben Trendpotenzial. Der Silhouettenwandel ist stilbildend für diese Saison. Leger geschnittene, locker sitzende Blazer über fließenden Kleidern, Hosenanzüge und Boyfriend-Hemden treffen auf Kapuzenteile und extrem lange Hüllenmäntel vollenden den entspannten Look. Alles stilistisch zurückhaltend, zeitgemäß und unkompliziert, in soften Qualitäten, mit hohem Tragekomfort und mit femininer

Raffinesse. Kernige Utility- und Workwear-Styles mit überdimensionalen Taschen und im Schichten-Look setzen den sportiven Kontrast. Hosen feiern ihr modisches Hoch, weite und überlange Passformen stehen im Rampenlicht. Der Bundabschluss rutscht nach oben und zaubert eine tolle Taille. Die alltagstauglichen Looks sind gut kombinierbar und ideal für alle Frauentypen, die es bequem und stylish lieben.



W & H Fashion

W & H FASHION GMBH
5. ETAGE, RAUM 509 – 510

Herr He
Telefon +49 (0) 2131 3662938
Mobil/WhatsApp +49 (0) 162 5151303
E-Mail wuhfashion@gmail.com
Onlineshop www.wuhfashion.de

Anzeige



1

GLM Moda GmbH
5. Etage, Raum 515 – 517



4

La Bass by Khan
Mode GmbH
2. Etage, Raum 206 – 208



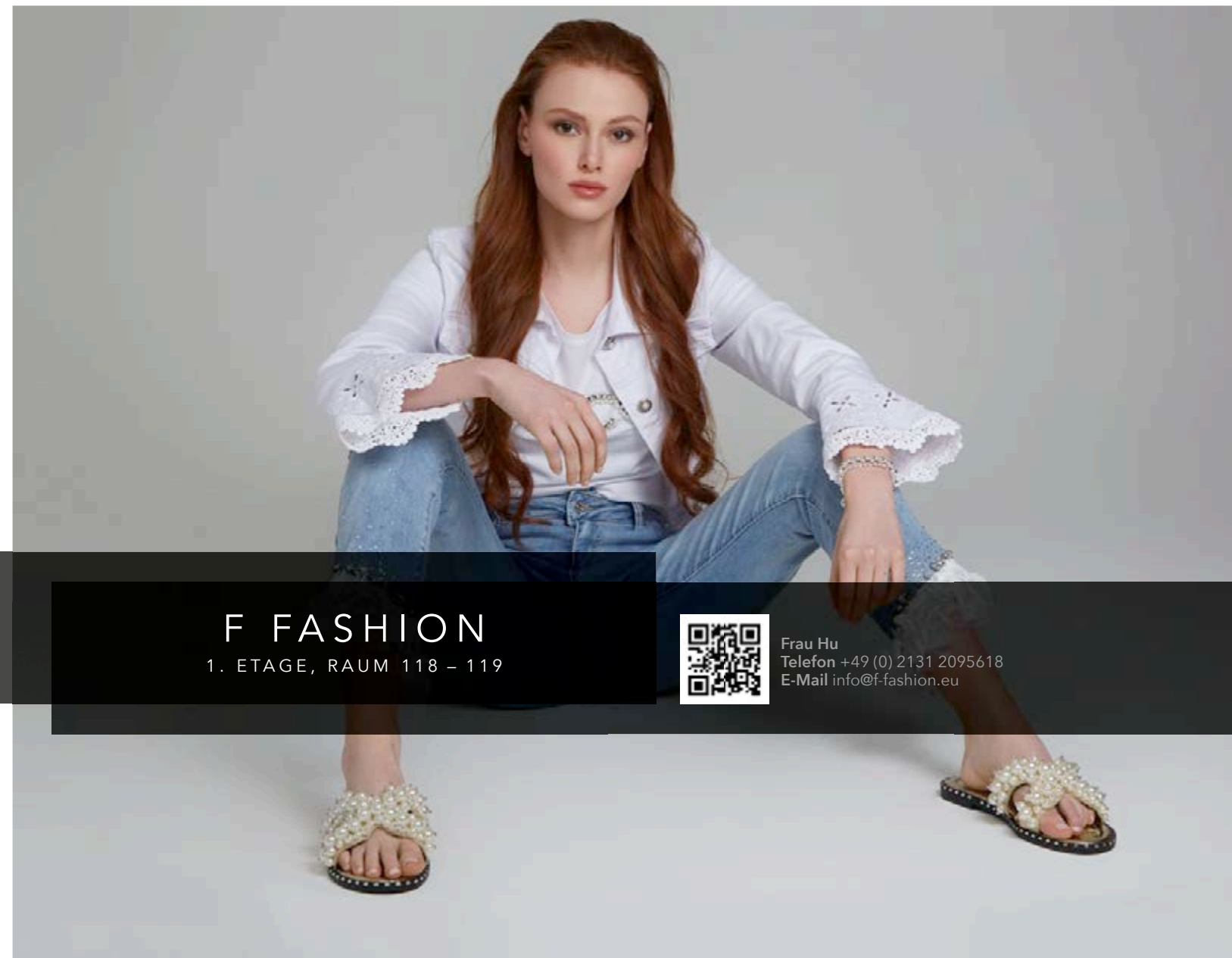
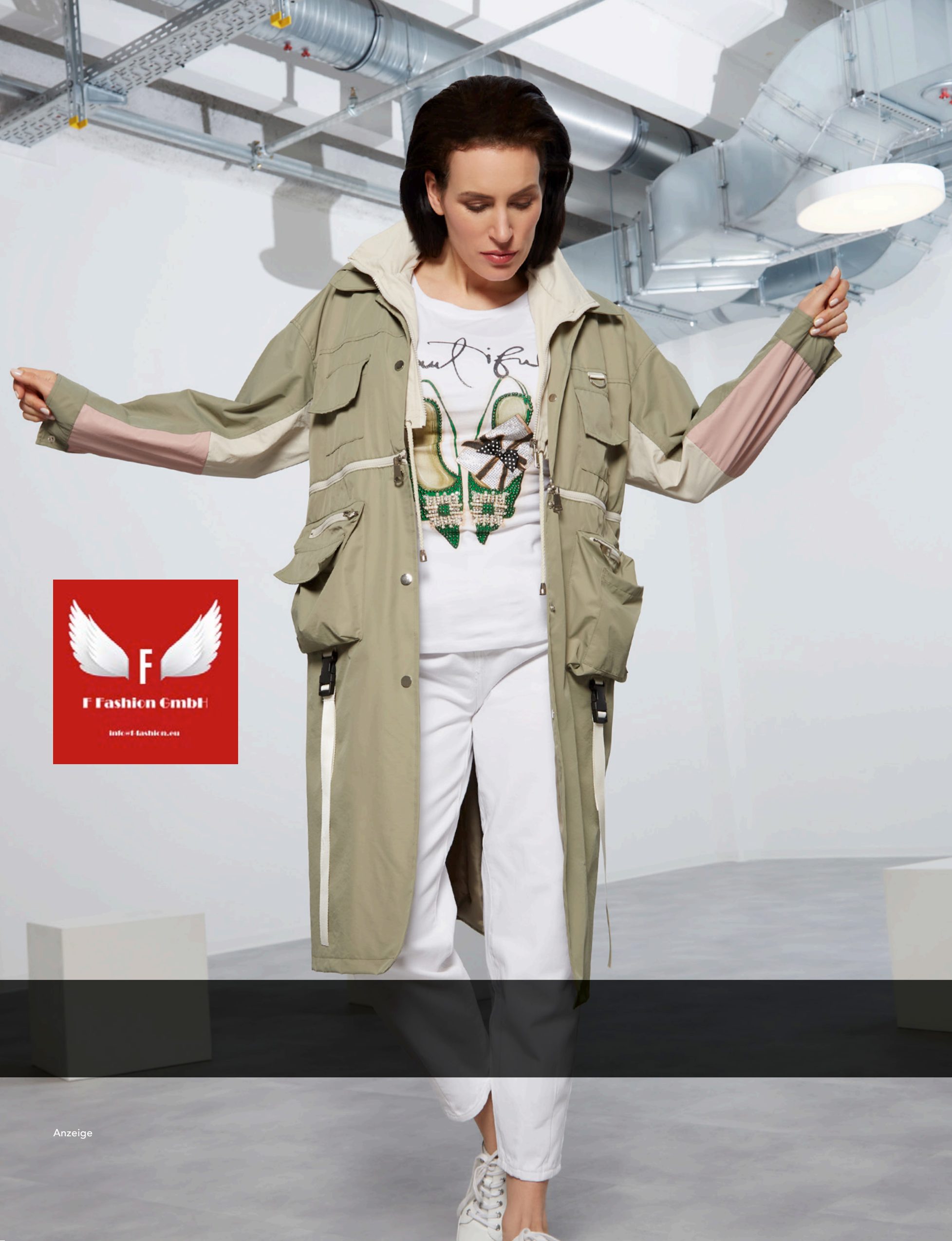
3

Coom ... design
Vertriebs GmbH
5. Etage, Raum 547 – 549



4

Restart
4. Etage, Raum 442
Kette: Giuno by Monopol
Modevertriebs GmbH
2. Etage, Raum 215 – 216



F FASHION
1. ETAGE, RAUM 118 – 119



Frau Hu
Telefon +49 (0) 2131 2095618
E-Mail info@f-fashion.eu

Trend

LOUNGEWEAR

LÄSSIG, COZY UND FLEXIBEL



Der Dresscode im Büro hat sich verändert: fantasievoller Strick statt formeller Blazer oder freche Hemdbluse zur lässigen Culotte. An den neuen Homeoffice-Komfort haben sich die Frauen gewöhnt und der wird so schnell nicht aus dem Modealltag verschwinden. Der extrem tragbare Casual-Chic vermittelt starke Werte wie Qualität, Nachhaltigkeit und Zeitlosigkeit. Exzesse und Stilbrüche gehören der Vergangenheit an. Die lässige Wohlfühlmode hat ihre Spuren hinterlassen und ist stilprä-

gend für diesen Sommer. Die Grenzen zwischen Loungewear und Officewear verschwimmen und die neuen Key Pieces sind easy und cool zugleich. Leichte, unkomplizierte Jacken und Hosen mit sportiven Elementen und Tragekomfort spielen mit femininen Reizen. Strick, Jersey, Hoodies und modisch interpretierte Joggpants sind wichtige Bestandteile für moderne Outfits. Jobtauglich, cozy und flexibel. Mit diesen unkomplizierten Teilen lässt sich der PoS stimungsvoll gestalten.



POLKA DOTS

PRETTY WOMAN LÄSST GRÜSSEN



Punktlandung! Ein braunes Kleid mit weißen Punkten, dazu der passende Hut und weiße Handschuhe, ein Look, der in den 90er Jahren durch Julia Roberts zum weltweiten Modehit wurde. Seither waren Polka Dots nie mehr ganz out, in den Sommerkollektionen erlebten sie regelmäßig ein Comeback. Auch aktuell haben wir wieder die Qual der Wahl, wenn es um die kleinen und großen Punkte geht. Von filigranen Pünktchen über psychedelische Prints bis hin zu Flecken oder den klassischen Polka Dots. Meistens in Schwarz oder Weiß und in unregelmäßiger Anordnung, wird der Print besonders effektiv zelebriert. Ganz jung und mit jeder Menge Fun-Potenzial zeigt sich das Punkte-Dessin im gewagten Mustermix mit floralen Motiven.



Magicienne | 4. Etage, Raum 439-440
Tasche: W & H Fashion GmbH | 5. Etage, Raum 509-510



Shini-Mode
by SM Young
Collection GmbH
EG, Raum 046
Schuhe:
Pretty Life GmbH
1. Etage, Raum 137-139



C-M Premium
Modevertrieb GmbH
4. Etage, Raum 416-418



Mobi Fashion
EG, Raum 036-037



ALA Mode Fashion
1. Etage, Raum 113

Trend

2



3



MUSTERMIX

FARBENFROHE MODE
MIT SPASSFAKTOR



1

Lucky Style GmbH
EG, Raum 042
Ohrringe:
Giuno by Monopol
Modevertriebs GmbH
2. Etage,
Raum 215–216



2

Infinity
4. Etage, Raum 405
Schuhe: E-Vitale Shoes
1. Etage, Raum 114
Tasche: AiliA GmbH
3. Etage, Raum 310–312

4



3

Amanat GmbH
EG, Raum 030–031
Schuhe und Ohrringe:
Giuno by Monopol
Modevertriebs GmbH
2. Etage,
Raum 215–216



4

Speople!s
by Italiatex GmbH
4. Etage, Raum 401–402/
450–455
Schuhe: E-Vitale Shoes
1. Etage, Raum 114
Tasche: AiliA GmbH
3. Etage, Raum 310–312

Laut, bunt, fröhlich. Nicht alle Frauen mögen monochrome und puristische Looks. Sie möchten einfach Spaß haben und das Leben in vollen Zügen genießen. Dieser Optimismus spiegelt sich in farbenfroher Gute-Laune-Mode wider, bei der Farben und Dessins ihr kunterbuntes Spiel treiben. Blumen aus dem heimischen Garten, tropische exotische Pflanzen, Hippie und Folklore, aber auch Batikdruck und Patchwork verbreiten unbeschwerte Sommerfreuden. Beim Styling und den Dekors darf es ebenfalls abwechslungsreich und fantasievoll sein. Lässige Formen machen den Muster-Mix perfekt, egal ob Kleider oder Hemdblusen, überlange Hosen, Karotte oder Eggshape. Diese Farben machen Lust: kräftige Blautöne bis hin zu Flieder, Sonnen-gelb, Orange, Grün, Pink, Rosarot oder Knallrot. Zu dieser kunterbunten Themenwelt passen auch Hot Pants und Miniröcke, bauchfreie Tops und tief sitzende Hosen. Alles ist erlaubt. Ein Modethema für Frauen (und Männer), die sich trauen.



ALLES IST ERLAUBT.
EIN MODETHEMA
FÜR FRAUEN
UND MÄNNER,
DIE SICH TRAUEN.



1

Rusty Neal
by Rocas GmbH
4. Etage, Raum 412



2

Esvidiv by Ofelic
Business GmbH
4. Etage, Raum 419-421



3

Never Mind Mode-
vertrieb GmbH
EG, Raum 025-026

Trend



NICHT ALLE
FRAUEN MÖGEN
MONOCHROME
UND PURE
LOOKS.

Trend



1

Naveed Mode
GmbH
5. Etage, Raum 523 – 524
Ohrringe:
Giuno by Monopol
Modevertriebs GmbH
2. Etage, Raum 215 – 216



2

Mollywood and
Friends GmbH
2. Etage, Raum 245



3

Celebrity Fashion UG
(haftungsbeschränkt)
4. Etage, Raum 408
Gürtel: AccO
Textilvertriebs GmbH
3. Etage, Raum 324



4

Ania Collection
GmbH
2. Etage, Raum 247

Trend

IT-PIECE PLISSEE

ZARTE FALTEN VOLL IM TREND



Plissee, Please! Es kommt und geht und erfindet sich immer wieder neu. Plissee zeigt sich von seiner besten Seite und die Erfolgsstory des edlen Modeklassikers geht in die nächste Runde. Plisseeröcke haben den Trend ins Rollen gebracht und bleiben auch in dieser Saison das It-Piece. In den Sortimenten waren sie im letzten Sommer bereits ein Umsatztreiber und die Geschichte erhält ein weiteres Kapitel, denn die Plissee-Familie wächst. Trend-

verdächtig sind auch Plissee-Oberteile und Plissee-Kleider und überhaupt alles, was in Falten fällt. Diese Falten haben kein Negativ-Image, denn sie fallen weich und fließend und betonen die feminine Leichtigkeit. Noch dazu in frischer Farbigkeit, in Uni oder mit intensiven Batikdrucken oder floraler Blumenpracht. Unkompliziert und jung in Kombination zu lässig geschnittenen Overshirts, T-Shirts oder verwaschener Jeansjacke – alles geht im Plissee-Sommer.



Your & Self by
Cristaltex Deutschland GmbH
2. Etage, Raum 203-204 / 250-253
Tasche: Pretty Life GmbH
1. Etage, Raum 137-139



Wasabi Wear GmbH
1. Etage, Raum 140-141
Ohrringe: Giuno by Monopol
Modevertriebs GmbH
2. Etage, 215-216



Thiede Fashion GmbH
5. Etage, Raum 520-521
Kette: Giuno by Monopol
Modevertriebs GmbH
2. Etage, 215-216

Trend

PAPERBAG, BUNDFALTE & CO.

HOSEN SUCHEN DAS WEITE

Die Hosenmode kennt kein Tabu. Das Spiel mit Längen und Weiten lässt Raum für Experimente und bringt Innovationen. Extralang geschnitten, in fließenden Qualitäten setzen Hosen ein modisches Zeichen. Sie sind androgyn und cool zugleich. Paperbag-Styles mit Volumen werden auf Taille gebracht, Bundfaltenhosen neu interpretiert in entspannter Silhouette, überlang geschnitten und mit modernem Kick. Chino- und Cargo-

Details rücken ins Rampenlicht und stehen für den modernen jungen Auftritt. Die Joggpants ist in der breiten Mitte angekommen. Culottes setzen ihren Erfolgskurs fort und bekommen Gesellschaft von citytauglichen Bermudas. Hier sind alle Längen zwischen Knie und Knöchel erlaubt. In der Hosenliga spielen aber auch gemäßigte Ballon-Formen, Eggshapes, Karotten und Boyfriendstyles eine bühnenreife Rolle.



MOBI
FASHION



MOBI FASHION
EG, RAUM 036 - 037



Telefon +49 (0) 2131 3868997
WhatsApp +49 (0) 2131 3868997
E-Mail info@mobifashion.de
Website www.mobifashion.de



WEISS, ROSA, PINK UND BLAU

ROSAROT MIT COOLEM TWIST

Kein Sommer ohne Weiß. Weiß bringt Strahlkraft und luftig leichte Mode in Weiß wird in jeder Saison neu interpretiert. Rosa und Pink erleben einen neuen Hype und zeigen sich in vielen Schattierungen – von Zuckerwatte-Rosa bis hin zu kräftigem Pink. Blau feiert sein großes Comeback, von Jeansblau bis Hellblau ist alles dabei. Die zarten Farben stehen im Kontrast zu modernen Silhouetten und sehen deshalb nicht so mädchenhaft aus. Mit den harmonischen Regenbogen-

farben lassen sich auf den Flächen tolle Themenwelten inszenieren. Auf Hemdblusenkleidern, Kleidern mit Volants, Tuniken und entspannten weiten Hosen strahlen die Farben um die Wette. Knappe kurze Jeansjacken sind das It-Piece dazu. Überhaupt: Denim meldet sich modisch zurück. Als Kombipartner oder solo holt der blaue Stoff in neuen lässigen Formen und unterschiedlichen Waschungen modisch auf. Auch Colour Denim darf nicht fehlen.



1

Emily GmbH
2. Etage, Raum 211 – 212
Tasche: Ailia GmbH
3. Etage, Raum 310 – 312



2

T & C Jeans
by HUA SHENG
C.H.E.N.G. GmbH
4. Etage, Raum 422
Haarspange:
Giuno by Monopol
Modervertriebs GmbH
2. Etage, Raum 215 – 216



3

CAS CARA
by Cherry's GmbH
1. Etage, Raum 126 – 128



4

Kekoo by O'Kek
GmbH
2. Etage, Raum 209 – 210



BLAU FEIERT SEIN GROSSES COMEBACK ...



1

Sweet Lover GmbH & Co. KG
5. Etage, Raum 503-507



2

Len's Couture GmbH
2. Etage, Raum 213-214



3

Duvar Fashion GmbH
4. Etage, Raum 414-415

Trend



3

4

... VON JEANSBLAU BIS HELLBLAU IST ALLES DABEI.



4

Le Kiwi Modevertriebs GmbH
1. Etage, Raum 122-125
Kette:
Giuno by Monopol Modevertriebs GmbH
2. Etage, Raum 215-216
Schuhe: E-Vitale Shoes
1. Etage, Raum 114

Trend



1

Startex GmbH
4. Etage, Raum 445 – 447



2

Helle Tessile GmbH
5. Etage, Raum 550 – 553



3

Decay Modevertrieb
GmbH
4. Etage, Raum 413
Armbänder:
Giuno by Monopol
Modevertriebs GmbH
2. Etage, Raum 215 – 216



4

A-Star
2. Etage, Raum 246
Tasche:
W & H Fashion GmbH
5. Etage, Raum 509 – 510

Trend

DENIM MELDET
SICH MODISCH
ZURÜCK.



2



3



4

33

Be'lieve

Love & Italy



BELIEVE MODE
5. ETAGE, RAUM 512 - 514



Herr Kumar
Telefon +49 (0) 176 45884830
Mobil/WhatsApp +49 (0) 176 45884830
E-Mail believemode@gmx.de

Anzeige



1

Trend

BLÜTEN PRACHT

WIE EIN BUNTER
BLUMENSTRAUSS



2

Kleider sind die Umsatzbringer in den Sortimenten und Ende ist nicht in Sicht. Sie machen das Sommerfeeling perfekt und präsentieren sich in dieser Saison in voller Blütenpracht. Mit üppigen floralen Dessins, großformatigen farbenfrohen Blättern bis hin zu filigranen Blumenmustern kommt Sommerfreude in die Mode. Nicht nur mädchenhaft und verspielt. Der Twist kommt über das Styling. Auf schmalen langen Kleidern oder weit schwingenden verspielten

Modellen entfalten die Blumen ihre volle Blüte. Überhaupt orientiert sich die Mode an der Natur. Nachhaltige Themen wie umweltfreundliche natürliche Materialien und handgemachte Effekte halten Einzug in die Kollektionen. Naturmotive wie Blüten, Blätter oder Gräser sind richtungsweisend und zeigen sich auch auf Blazern, lockeren Jacken oder Blusen. Trockenblumen sind in dieser Saison übrigens das angesagte Dekorationsmittel und machen die Landlust perfekt.



3



4



1



2



3



4



5



6

Top Trend
5. Etage, Raum 538
Ohrringe:
Giuno by Monopol
Modevertriebs GmbH
2. Etage, Raum 215–216

Mona Accessoires &
Mode GmbH
3. Etage, Raum 347–348
Ketten:
Giuno by Monopol
Modevertriebs GmbH
2. Etage, Raum 215–216
Tasche:
W & H Fashion GmbH
5. Etage, Raum 509–510

C. U. Papaya GmbH
Kinderkleidung
3. Etage, Raum 325–326

Euro-China Huang
Textil GmbH
EG, Raum 028–029
Haarreif: Giuno by
Monopol Mode-
vertriebs GmbH
2. Etage, Raum 215–216

Muki GmbH
2. Etage, Raum 240–241
Kette:
Pretty Life GmbH
1. Etage, 137–139
Schuhe: E-Vitale Shoes
1. Etage, Raum 114

Kamouflage
2. Etage, Raum 242

MAXI MALIS MUS

EXTRAWEITE
PROPORTIONEN

Diese XXXL-Mode vermittelt einen Hauch von Existenzialismus, aber modern interpretiert. Ein individueller Look für selbstbewusste Frauen, die das Ausgefallene und Besondere in der Mode suchen. Komfort und Avantgarde vereinen sich zu einem zeitgemäßen Style. Volumige Silhouetten, Raffungen und das Spiel mit den Längen bringt Leichtigkeit mit sich. Für Tüllröcke, geraffte Kleider, bauschige Ärmel und Volants treffen jede Menge Stofflagen aufeinander. Überlange und extrem weite Hosenbeine und leger geschnittene lange Blazer werden über fließende Kleider oder Plissee-Röcke getragen. Zum Maximalismus gehören aber auch extrem große Taschen, überdimensionale Kragenlösungen und Gurte. Gerne schlicht und unaufgeregt vom Stil. Die Puffärmel der 70er und 80er Jahre werden in dieser Saison zu richtigen Ballonärmeln – nicht nur für Blusen, sondern auch für Jacken, Mäntel & Co. Natürlich mit XXXL-Schultern.

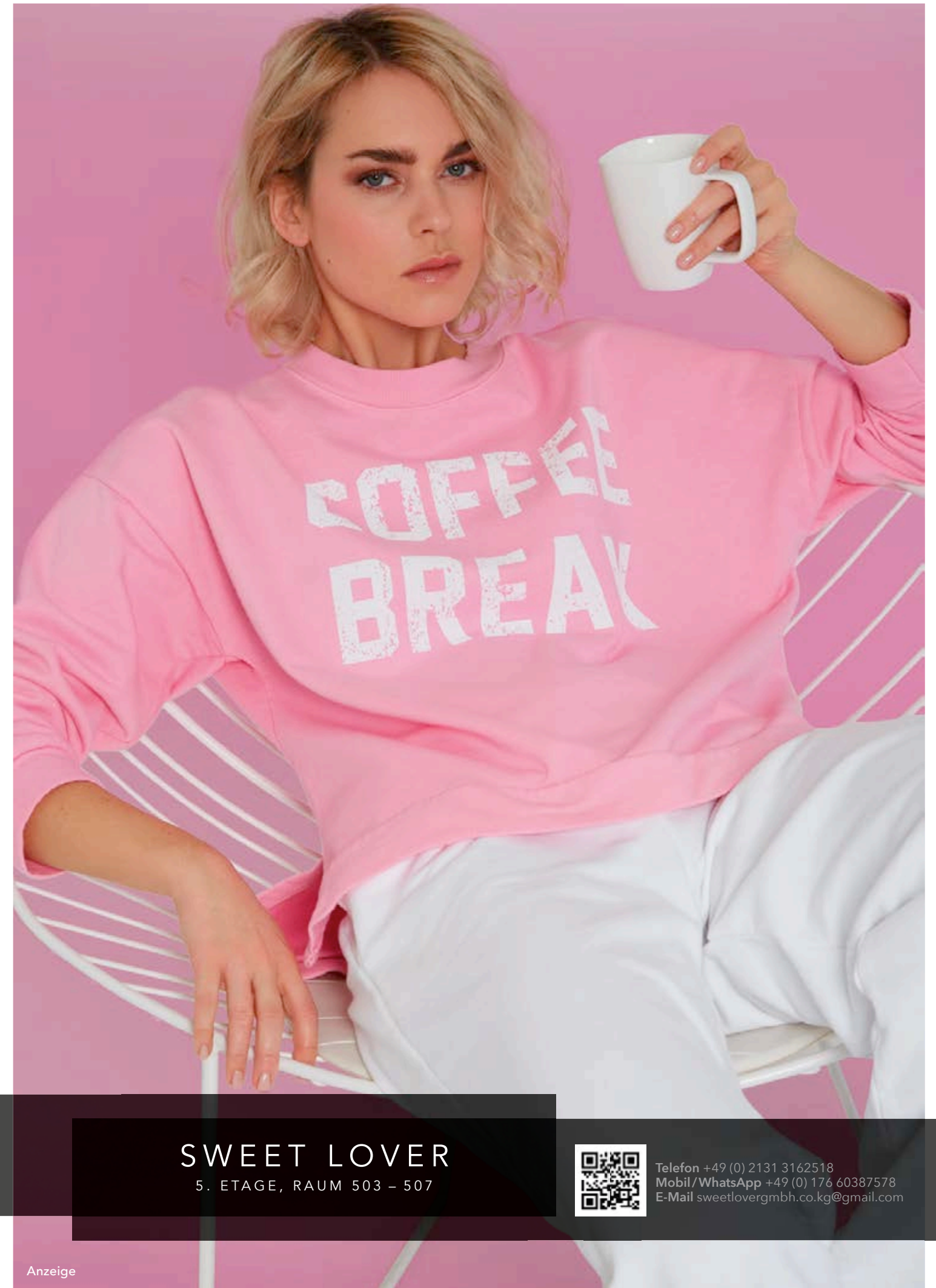


5



6

Sweet Lover
made in italy



SWEET LOVER
5. ETAGE, RAUM 503 - 507



Telefon +49 (0) 2131 3162518
Mobil/WhatsApp +49 (0) 176 60387578
E-Mail sweetlovergmbh.co.kg@gmail.com

Anzeige

Trend

TRANSPARENZ

MODE MIT DURCHBLICK

Ein Hauch von Sommer macht sich breit. Transparente Stoffe, die leicht und zart die Figur umspielen und subtil etwas Haut zeigen, stehen ganz oben auf der Trendskala. Transparenz in vielen Facetten macht aus Röcken, Kleidern, Shirts oder Hosen eine zarte Versuchung. Egal ob in Tüll, Chiffon, Seide oder mit Volants – der transparente Stoff zaubert feminine Zart-

heit und Eleganz in die Mode. Weniger durchsichtig sind Oberteile, bei denen nur ein Teil transparent ist oder nur ein Volant hervorblitzt. Bei zu viel Durchsichtigkeit helfen auch Bustiers und Bralettes als aufregende Kombipartner. Dieser Trend weckt Sehnsucht nach Party und Sommernachtstraum und könnte auch in der Abteilung Anlassmode Begehrlichkeiten wecken. So lassen sich Themenwelten kreieren.

ZARTHEIT UND TRANSPARENZ



1

Heike Schimon
5. Etage, Raum 533 – 535



2

Vincenzo Allocca /
Jean Marc Philippe
3. Etage, Raum 315
Hut und Tasche:
AiliA GmbH
3. Etage, Raum 310 – 312



2



1

Trend

TRENCHCOAT RELOADED

TRENCH IST TREND



3

Das absolute Must-have im Frühling 2021: der Trenchcoat, ein Mantelklassiker, der Filmgeschichte geschrieben hat, und ein Kleidungsstück, von dem man nie genug besitzen kann. Nicht nur in Beige ist der Trench ein stilvoller Begleiter durch Wind und Wetter. Die neue Generation hat mehr zu bieten und zeigt sich farblich und stilistisch höchst vielseitig. Als Ein- oder Zweireiher, mit und ohne Gürtel, ob Brit Chic, Military- oder Cargo-Look, ob weich fließend feminin, in elegantem Schwarz, in Pastelltönen und Navy, mit traditionellen oder modischen Details. Ob wadenlang und tailliert, kurz und schmal oder in Überlänge und volumig geschnitten. Wertigkeit steht im Fokus: Das neue Trendteil der Saison darf aktuell als Umsatzbringer in keinem Sortiment fehlen.



3

Sunlight GmbH
3. Etage, Raum 322



4

Kamoto Trends
GmbH
4. Etage, Raum 406
Hut und Kette:
Giuno by Monopol
Modevertriebs GmbH
2. Etage, Raum 215 – 216





Trend



Trend



NICHT NUR IN
BEIGE IST DER
TRENCH EIN
STILVOLLER
BEGLEITER.

STRICK

VIELFÄLTIGE MASCHEN

Der entspannte Modetrend bietet die ideale Steilvorlage für die Masche. Strick, Jersey oder Sweat sind wie gemacht für den gemütlichen Wohlfühllook. Bei Knitwear entfaltet sich die Kreativität und die Fantasie kennt keine Grenzen. Voluminös in unterschiedlichen Längen, in fließenden Materialien, fantasievollen Mustern und harmonischen Farben liefert sie die starken Stücke der neuen

Saison. Grobstrick oder leichter Feinstrick, klare Linien oder raffinierte Stricktechniken bieten ein breites Spielfeld. Aufsteiger in der Strickliga sind Hoodie, Sweat & Co., die als unkomplizierter Pulli-Ersatz nicht mehr wegzudenken sind. Auch das aktuelle Thema Nachhaltigkeit lässt sich in der Masche fühlbar umsetzen. Am PoS lassen sich schöne Storys erzählen und die Frauen wissen den Mehrwert zu schätzen.



1

ACE Fashion by
Kosmo Lupo GmbH
3. Etage, Raum 313-314



2

New Jersey
5. Etage, Raum 526-528



3

Style In
EG, Raum 038-039
Haarreif:
Giuno by Monopol
Modevertriebs GmbH
2. Etage, Raum 215-216



4

Dong Fang Import &
Export GmbH
3. Etage, Raum
301-302/352-355



5

Kimmy Jeans GmbH
4. Etage, Raum 438

PASTELLE

VON DER NATUR GEKÜSST



Pastellöne werden jede Saison neu zitiert und passen zu jedem Hauttyp. Frisch, aber mit neutralen Schattierungen gepudert, entsprechen sie dem Naturtrend. Diese neuen natürlichen Pastelle sind die idealen Kombipartner, denn sie bringen wohldosierte Farbe ins Spiel. Mint legt seinen sterilen Charakter ab und wirkt sehr natürlich. Die neuen Nuancen erinnern an Waldmeister-Eis und verleihen den Outfits eine zarte Note. Auch

Pistazie überzeugt in gepudelter Abmilderung und lässt sich wunderbar Ton in Ton oder zu klassischen Farben kombinieren. Überhaupt bietet der Naturtrend die Blaupause für diese harmonischen Farbwelten. Ein zartes Apricot wie von der Sonne geküsst, sanfte Sand-, Beige- und Camel-Töne und Weiß in allen Schattierungen sind echte Aufsteiger für einen natürlichen und selbstverständlichen Look.



1

Effeny GmbH
2. Etage, Raum 219 – 221
Ohrringe:
Giuno by Monopol
Modevertriebs GmbH
2. Etage, Raum 215 – 216



3

Believe Mode GmbH
5. Etage, Raum 512 – 514
Tasche:
Believe Mode GmbH
5. Etage, Raum 512 – 514



2

Bhatti Moden GmbH
4. Etage, Raum 410 – 411



4

ROSE – Mode für Sie
3. Etage, Raum 339 – 340

Trend

LET'S PARTY

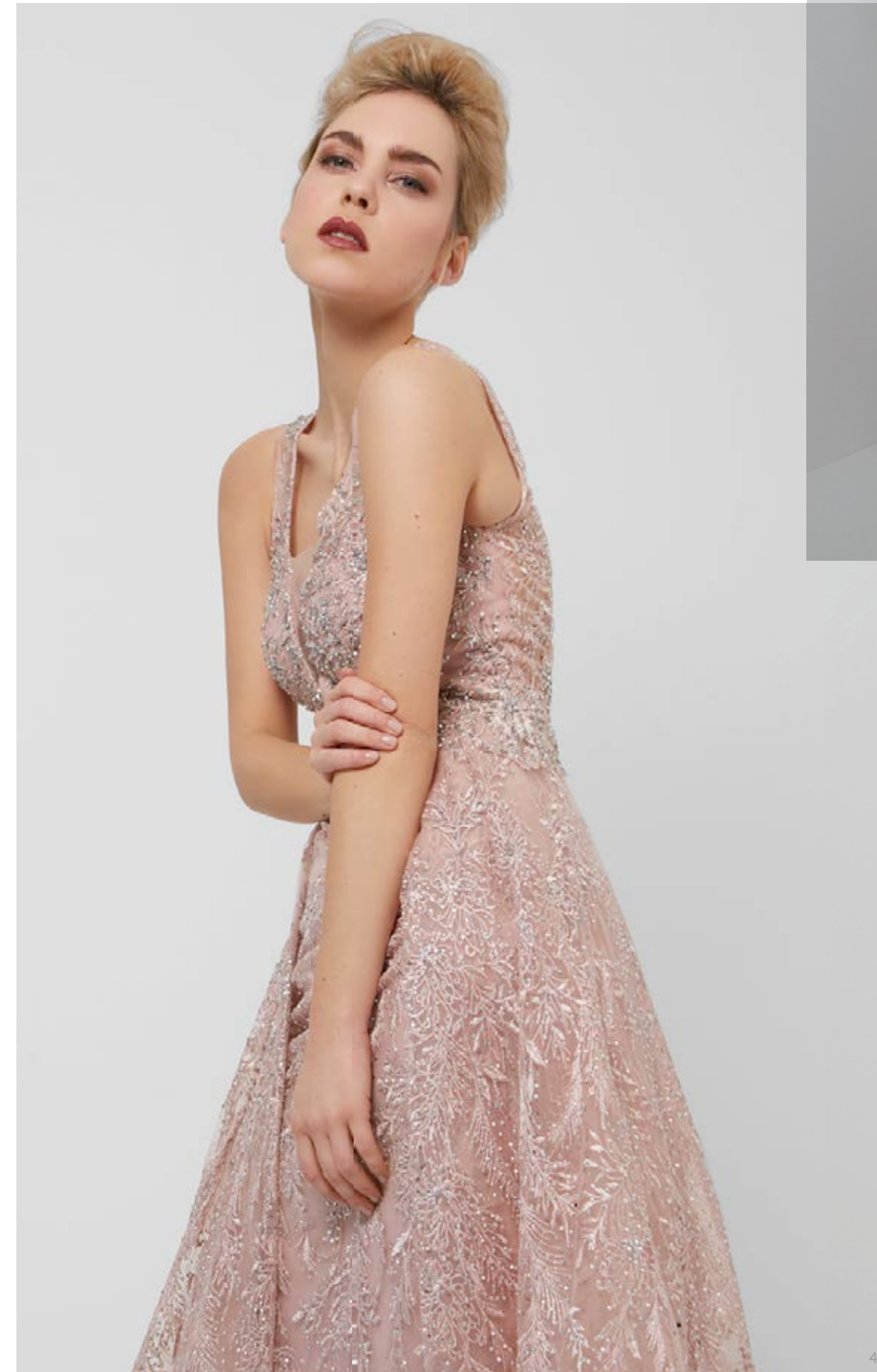
FESTE FEIERN, WIE SIE FALLEN



Sie wurden schmerzlich vermisst, die großen und kleinen Gelegenheiten zum Chillen und Feiern. Jetzt heißt es für die kommenden Events von Dinner-Date bis Sommerball modisch up-to-date zu sein. Neue Trends setzen Zeichen: Da wird das ‚kleine Schwarze‘ zum Jumpsuit aus mitternachtsblauem Satin mit Smoking-Optik, perfekt für eine stylische Garten-Party. In Anspielung auf die 70er Jahre feiern Rüschen ein Come-

back und verleihen luftig-leichten Organza-Styles einen verspielten Akzent. Und für ganz großes Kino sind die strassbesetzten Glamour- und Glitzer-Abendkleider wie geschaffen. Bodenlang, figurbetont, tief dekolliert und hoch geschlitzt, in Pastell- oder Signalfarben stehen diese Roben für einen glamourösen Auftritt à la Hollywood. Deko-Tipp fürs Schaufenster: Mit einem Großposter der Oscar-Verleihung die Styles stimmungsvoll in Szene setzen.

Trend



1

D & J Collection
EG, Raum 040-041



2

Duvar Fashion
GmbH
4. Etage, Raum 414-415



3

Moon Fashion
2. Etage, Raum 236



4

Chéri
EG, Raum 019-020



D & J
COLLECTION

D & J COLLECTION
EG, RAUM 040 - 041



Frau Du
Telefon +49 (0) 2131 7388808
Mobil/WhatsApp +49 (0) 157 02490501
E-Mail d-j_collection@hotmail.com



DIE MODE IST WIE EINE FAMILIE

SOHAIL KHAN STELLT SEIN UNTERNEHMEN VOR

Schon als Jugendlicher hat Sohail Khan seinem Vater gerne im Showroom geholfen. Seit vier Jahren ist er Geschäftsführer der Miss Glamour MG GmbH und hat das Unternehmen neu aufgestellt. Die Leidenschaft für das schnelle Modegeschäft spornt ihn an.

Die Mode liegt ihm im Blut und das IMOTEX ist seine zweite Heimat. Konsequent und selbstbewusst will Sohail Khan das Familienunternehmen mit mehr Fläche, digitaler Kommunikation und trendigen Styles fit für die Zukunft machen. Der 25-jährige Geschäftsführer tritt in die Fußstapfen seines Vaters Mehdi Khan, der seit über 30 Jahren einen Showroom im IMOTEX betreibt. Sohail Khan macht Tempo: Die Miss Glamour MG GmbH gründete er vor vier Jahren und in diesem Jahr kam die SU¹ GmbH dazu.

Khan: Früher stapelte sich die Ware im Showroom und die Kunden haben die begehrten Styles gleich im Karton abtransportiert. Da wurde nicht viel geredet. So funktioniert das heute nicht mehr. Heute gehört die aktive Kommunikation zur Strategie, denn die Konkurrenz im Sofortgeschäft ist größer geworden. Wir verschicken permanent über Whatsapp die neuesten Modenachrichten mit Outfits, Farben und Styling-Vorschlägen. Das funktioniert alles auf einer sehr persönlichen Ebene und basiert auf Vertrauen. Zu den Lieferanten pflegen wir langjährige Geschäftsbeziehungen.



EG | Raum 016 – 018

Sucess: Sie sind jetzt verantwortlich für das Unternehmen. Was ist für Sie die größte Herausforderung?

Khan: Ich bin seit vier Jahren im Unternehmen und pflege sehr persönliche Kontakte zu meinen Kunden und Lieferanten. Die Corona-Krise hat uns schwer getroffen und wir mussten sehr flexibel agieren. Die Kunden kaufen momentan kleinere Mengen, aber sie erwarten trotzdem jede Woche neue Themen und Warenbilder. Wir bekommen ja permanent neue Ware aus Italien und Frankreich, die wir verkaufen und bezahlen müssen. Trotzdem habe ich zusätzlich zu unserem 200 Quadratmeter großen Miss-Glamour-Showroom in der ersten Etage eine weitere Fläche von circa 500 Quadratmetern im Erdgeschoss für die neu gegründete SU¹ GmbH angemietet.

Sucess: Was machen Sie anders als die Generation Ihres Vaters und wie profilieren Sie sich im Markenumfeld?

Sucess: Wie heben Sie sich mit Ihrer Agentur modisch ab und wo setzen Sie die Schwerpunkte?

Khan: Die einzelnen Kollektionen präsentieren wir großzügiger und in einem ansprechenden Ambiente. Unten im Erdgeschoss gibt es italienische Sofortprogramme mit lässigen Casualstyles, im ersten Stock präsentieren wir schnelle Mode aus Paris, alles mit glamourösem Twist. Wichtig ist eine ansprechende Dekoration, die Ware darf nicht billig aussehen. Mit ein paar frischen Ideen inszenieren wir jede Woche eine neue Themenwelt. Die italienische Mode können wir nach unseren eigenen Vorstellungen mitkreieren und nehmen regelmäßig an den digitalen Kollektionsbesprechungen bei den Produzenten teil. Künftig möchte ich ganze Sortimente anbieten und mit Taschen, Schuhen und Accessoires den Showroom zur Bühne machen.

Sucess: Wie ist Ihre Prognose für die neue Frühjahr-/Sommer-Saison und was sind Ihre modischen Favoriten?

Khan: Wir müssen optimistisch nach vorne schauen. Ich setze mutig auf Mode und neue Themen. Meine Favoriten sind ausgefallene Jeans aus Paris und für den Sommer fließende Kleider und Röcke. Bei den Farben dreht sich alles um helle Töne, Rosé, Mint, Flieder, aber auch Schwarz und Weiß.

DEN SHOWROOM ZUR MARKE MACHEN

CLAUDIA HUANG VON DER CLEMENTINA FASHION GMBH

Wenn Claudia Huang über Mode spricht, ist sie kaum zu bremsen. Sie hat Mode studiert und von ihren Eltern alles über Mode gelernt. Mit junger, moderner und trendiger Fashion will sie neue Maßstäbe setzen.

Mode ist ihre große Leidenschaft und mit der Gründung der Clementina Fashion GmbH hat sich Claudia Huang ihren Traum erfüllt. Der liebevoll dekorierte, 170 Quadratmeter große Showroom in der ersten Etage führt trendige Pronto Moda und ist startklar für die neue Saison. Die 29-jährige Geschäftsfrau setzt den Fokus auf Digitalisierung und will sich mit zeitgemäßer junger Mode profilieren.

Keine Basics, dafür aktuelle trendige Mode aus Italien, für Frauen zwischen 20 und 40, die ihren eigenen Stil haben und Casualmode mit femininem Twist schätzen. Da gibt es im Einzelhandel enormen Bedarf und kurzfristige Angebote sind gefragt. Wir arbeiten ehrlich und transparent, legen Wert auf ansprechende Dekorationen im Showroom und möchten den Spaß an der Mode vermitteln. Zur Abrundung bieten wir modische Puffer-Mäntel und Jacken in Piumino-Qualität, die ich aus China beziehe.

Clementina

1. Etage | Raum 149 – 151

Sucess: Sie haben gerade Ihren neuen Showroom eröffnet. Was hat Sie in die Selbstständigkeit geführt und was ist für Sie die größte Herausforderung?

Huang: Fashion ist mein Metier und das IMOTEX mein Zuhause. Ich habe in Berlin Mode studiert und sechs Jahre lang im Showroom meiner Eltern gearbeitet und in dieser Zeit alles über Mode gelernt. In der Selbstständigkeit kann ich meine eigenen Vorstellungen realisieren. Ich habe viele Ideen für die Dekoration und möchte mit junger, moderner und trendiger Pronto Moda aus Italien meine eigene Handschrift zeigen und den Showroom zur Marke machen. Der lange Lockdown hat meine Euphorie zwar etwas gedämpft, aber ich bin optimistisch und voller Tatendrang. Mit abwechslungsreicher Mode möchte ich die Kunden begeistern und mit ihnen gemeinsam nach vorne schauen.

Sucess: Wie profilieren Sie sich im Markenumfeld und was machen Sie anders als die Generation Ihrer Eltern?

Huang: Die Konkurrenz ist heute größer und alles ist unberechenbarer geworden. Vor allem möchte ich mich mit der Ware abheben.

Sucess: Wie kommunizieren Sie mit Ihren Einzelhandelskunden und wie nutzen Sie soziale Netzwerke?

Huang: Es reicht heute nicht mehr, im Showroom zu sitzen und auf die Kunden zu warten. Digitalisierung ist für meine Generation selbstverständlich und die Kommunikation läuft fast ausschließlich über soziale Netzwerke wie Facebook, Instagram, Whatsapp oder Facetime. E-Mails erhalte ich kaum noch. Um Neugierde zu wecken, poste ich regelmäßig die neuen Styles und verschicke digitale Nachrichten mit Fashion News. Modisch bereite ich mich intensiv auf die Frühjahr-/ Sommer-Saison vor. Ich bin gerne kreativ und mache aufwendige Foto-strecken, die ich in den Netzwerken veröffentliche. Ein wichtiges Tool ist auch die IMOTEX Daily Fashion App®, über die ich einige Kunden gewonnen habe. Ohne Digitalisierung können wir heute keine Geschäfte mehr machen, aber trotzdem brauchen wir den persönlichen Kontakt. Mode ist ein emotionales Produkt und die Menschen möchten die Haptik fühlen und das Teil angezogen sehen.

Sucess: Wie ist Ihre Prognose für die Frühjahr-/Sommer-Saison?

Huang: Dieses Jahr wird unberechenbar. Aber ich bin positiv und freue mich, dass es wieder losgeht und ich mich voll auf die Mode konzentrieren kann. Mein Team und ich sind startklar. Unser Showroom befindet sich in Toplage und die aktuelle Pronto-Moda-Kollektion wartet auf ihre Abnehmer.





VORHANG AUF FÜR IHREN STORE

SO BRINGEN SIE DIE NEUEN MODETHEMEN
BESTMÖGLICH ZUR GELTUNG

Ein Store ist wie eine Bühne. Die neuen Modethemen spielen die Hauptrollen, das Storedesign ist das Bühnenbild, Sie führen Regie. Und dann kommt noch das Publikum ins Spiel: Ihre KundInnen, die in jeder Saison eine neue, spannende Inszenierung erwarten. Lesen Sie auf den kommenden Seiten, wie Sie die aktuelle Frühjahrsaison erfolgreich zur Aufführung bringen.

ERFOLGREICHE ALLIANZEN

POSITIVE IMPULSE DURCH KUNST & KULTUR

Collabs sind in der Modebranche gang und gäbe. Kein Wunder, denn wenn die KooperationspartnerInnen perfekt zusammenpassen, profitieren alle Beteiligten.

Domagoj Mršić



„So setzt man auch im Lock-down ein positives Signal mit Erlebnisfaktor“, sagt Mršić. Der optische Wow-Effekt allein genügt jedoch nicht, „man muss auch eine Geschichte erzählen, die zur Philosophie des Hauses passt, einen regionalen Bezug oder aktuellen Aufhänger hat und den

Ob Designhaus de Luxe oder kommerzielles Label – sie alle machen mit bekannten KünstlerInnen oder anderen Celebrities gemeinsame Sache, veranstalten Aktionen oder lancieren Capsule-Kollektionen mit dem prominenten Namen. Die Vorteile solcher Allianzen: Man profitiert wechselseitig vom positiven Image, hat mediale Aufmerksamkeit und die Chance, neue KundInnen aus dem Wirkungskreis des/r PartnerIn zu gewinnen. Auch der Fachhandel kann erfolgreiche Collabs auf die Beine stellen: mit einer ortsansässigen Malerin oder Kunsthandwerkerin etwa, einem Möbeldesigner oder einem Museum aus der Region. Allerdings muss man die Spielregeln kennen.

Einer, der sie aus dem Effeff beherrscht, ist der Visual-Marketing-Experte Domagoj Mršić. Gerade hat er für einen Düsseldorfer Fashion Store eine Kunst- und Fashion-Collab mit der Künstlerin Petra Ellert über eine Strecke von sechs Schaufenstern inszeniert.

Zeitgeist einfängt“. Um interessante KünstlerInnen zu engagieren, nutzt Domagoj Mršić sein über Jahre gewachsenes Netzwerk. Inspirationen liefern aber auch Design-, Kunst- und Modemagazine, Ausstellungen und Museen. „Es genügt nämlich nicht, ein bisschen auf Instagram oder Pinterest zu surfen“, so Mršić, „man muss schon an den Quellen recherchieren.“ Damit die Zusammenarbeit für beide Seiten ein Erfolg wird, ist es wichtig, dass „der/die KünstlerIn sich perfekt dargestellt fühlt“, so Mršić, „erst in zweiter Linie darf man an den Umsatz denken“. Gibt es auch einen Kardinalfehler, den man vermeiden muss? „Es jedem recht machen zu wollen“, sagt Domagoj Mršić. „Man darf nicht den Anspruch haben, jeden Geschmack zu treffen.“

FACTS

01

Inspirationen liefern Design-, Kunst- und Modemagazine, Ausstellungen und Museen.

.....

02

„Es genügt nicht, ein bisschen auf Instagram oder Pinterest zu surfen.“

.....

03

„... erst in zweiter Linie darf man an den Umsatz denken ...“

coom
...design
SINNE™ co.coom™
natural passion of design



COOM ... DESIGN
5. ETAGE, RAUM 547 – 549



Telefon +49 (0) 2131 130112
Mobil/WhatsApp +49 (0) 176 62542197
E-Mail coom@hotmail.de

INDIVIDUALITÄT FREI HAUS

FLANKIERENDE VERTRIEBSWEGE WEITER FORCIEREN

Click & Collect Services sind längst etabliert. Für FachhändlerInnen und Boutiquen ohne eigenen Online-Shop gibt es erfolgreiche Alternativen.

In vielen großen Häusern, bei Ketten und Filialisten sind Click & Collect Services ein integraler Bestandteil der Strategie. Das System hat viele Vorteile: Die KundInnen sparen Zeit im Laden, da sie die Ware bereits online ausgesucht haben, und für die Rücksendung, weil sie das virtuell ausgewählte Teil bei der Abholung probieren können. Die HändlerInnen wiederum haben gute Chancen, bei der Anprobe Zusatzverkäufe zu realisieren. Im Lockdown war Click & Collect für viele HändlerInnen ein Segen. „Einige der wegen des Lockdowns geschlossenen Unternehmen haben mit Click & Collect hohe Umsatzanteile von über zehn Prozent erreicht“, bestätigt Stefan Hertel vom Handelsverband Deutschland HDE. „Der weitaus größte Anteil der Unternehmen, die Click & Collect nutzen, realisiert damit aber Umsätze zwischen einem und fünf Prozent.“ Auch Christian Rugen, Geschäftsführer von CJ Schmidt in Husum, hat in der Covid-Krise mit Click & Collect gute Erfahrungen

gemacht. „Wir haben den Anteil unserer Online-Umsätze von fünf auf 30 Prozent gesteigert“, so Rugen, „auch mithilfe von Click & Collect.“ Als Alternative für kleinere Häuser, FachhändlerInnen und Boutiquen ohne eigenen Online-Shop hat sich der Verkauf via Instagram, Telefon, Whatsapp oder E-Mail bewährt – nicht erst in der Pandemie: Laut einer aktuellen HDE-Umfrage haben 45 Prozent der befragten HändlerInnen schon vor Corona alternative Vertriebswege genutzt, seit Beginn der Krise weichen weitere 35 Prozent der befragten HändlerInnen darauf aus. Persönliche Akzente kann man schon beim virtuellen oder telefonischen Kontakt setzen, spätestens aber bei der Abholung durch die KundInnen an der Ladentür oder der Anlieferung frei Haus. Ob man den Remote-Verkauf auch nach der Pandemie aufrechterhalten sollte, ist für viele ExpertInnen daher keine Frage. „Nicht nur aufrechterhalten, sondern weiter ausbauen“, rät Frank Rehbein, Inhaber des Trainingsunternehmens ‚Die Akademie‘, „auf jeden Fall auch nach Corona!“

EINZELHANDEL NUTZT IM LOCKDOWN ALTERNATIVEN, ABER DAS IST KEIN ERSATZ FÜR REGULÄREN GESCHÄFTSBETRIEB

Falls Ihr Geschäft derzeit geschlossen hat: Nutzen Sie alternative Vertriebswege (z. B. Marktplätze, Lieferservices, Click & Collect) oder Wege der Kundenkommunikation (z. B. Social Media), um Ihr Geschäft zumindest teilweise aufrechtzuerhalten?



Quelle: HDE-Umfrage, n= 1.500 (KW01)

SMARTE LÖSUNG

SHOP INTERIOR MIT VISUELLER MESSAGE

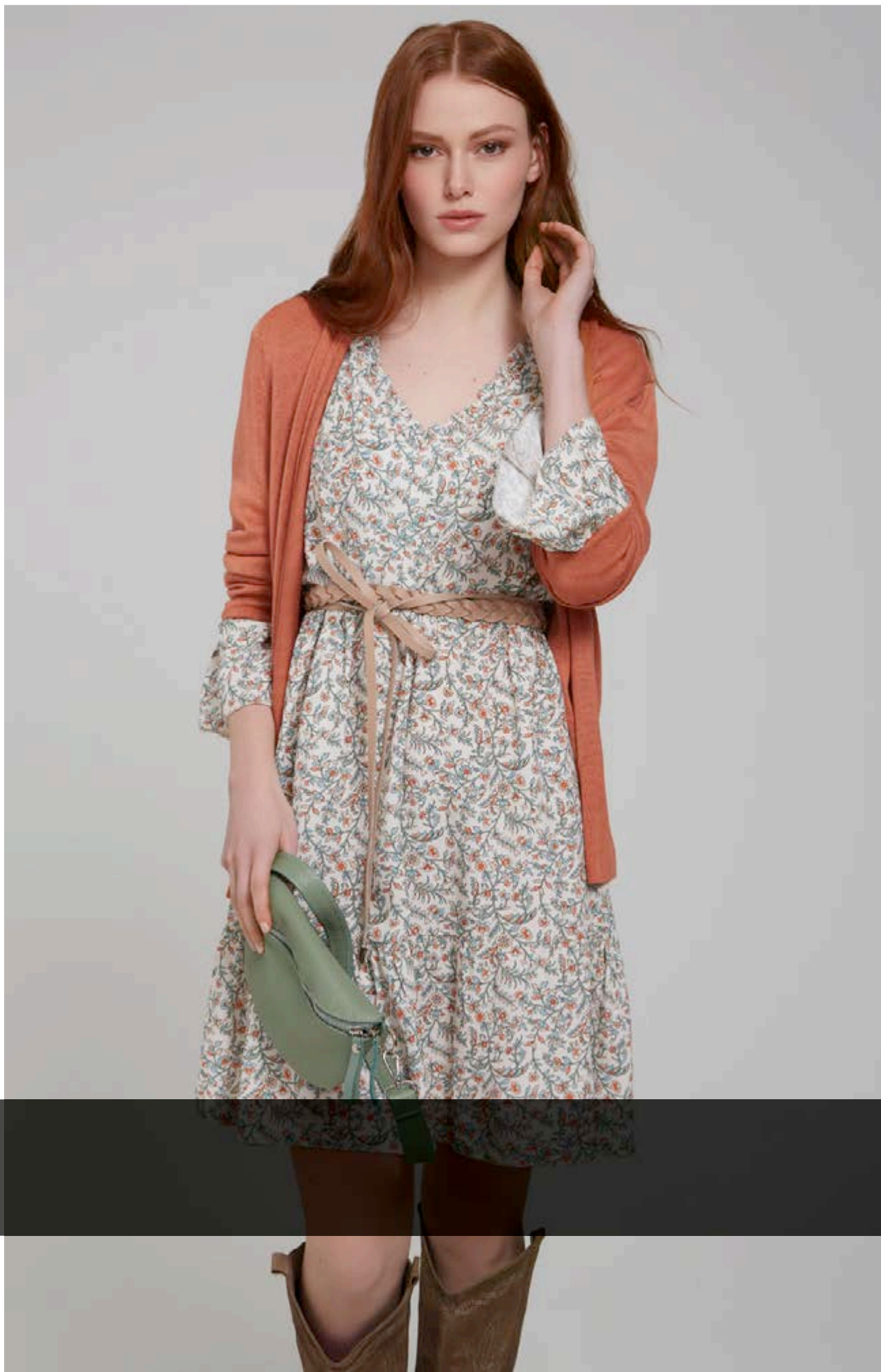
Der digitale Point of Sale ist Wirklichkeit. Doch es gibt auch hochmoderne und äußerst effektive analoge Tools zur visuellen In-Store-Kommunikation.

Die allerersten Schritte in Richtung Smart Store hat der Handel mit für die KundInnen ausgelegten iPads gemacht. Bei manchen Facheinzelhandelsgeschäften waren auch Smart Mirrors zu finden, mit denen die KundInnen Selfies machen und sie gleich in den sozialen Netzwerken teilen konnten. Seither sind gut sechs Jahre vergangen. Inzwischen können Smart Mirrors weit mehr als Selfies schießen: Mithilfe künstlicher Intelligenz sind sie in der Lage, den KundInnen zu der Hose oder dem Rock, den sie gerade vor dem Spiegel probieren, ein passendes Oberteil in der richtigen Größe zu empfehlen. Auch andere Technologien haben sich etabliert, Digital Signage etwa. Wie das analoge Plakat dienen die flachen Screens als visuelle Kommunikationstools, mit denen man an strategischen Stellen im Store per Statement oder Bild prägnante Botschaften platzieren kann.

Aber um unübersehbare visuelle Messages zu senden, braucht man nicht zwingend Digital Signage: SmartFrames wie die von der Firma Tuli Room sind ebenso ein Hingucker und günstiger zu realisieren. Als sogenanntes Gewebespannsystem bestehen sie aus Aluminiumrahmen und einer hochwertigen, mit Silikonummi eingefassten Gewebefläche, die wunschgemäß bedruckt und mühelos ausgewechselt werden kann. Für eine ausgezeichnete Druckqualität und Farbtiefe sorgt ein aufwendiges Latex- oder Sublimationsdruckverfahren. Durch die individuellen Druckmotive auf der Gewebefläche, die große Auswahl an Aluminiumprofilen in unterschiedlichen Ausführungen und Maßen sowie durch die Option, die Elemente wahlweise mit Hinter- oder Randbeleuchtung auszustatten, lassen sich mit diesem System maßgeschneiderte Lösungen für jeden nur denkbaren Einsatzort realisieren: als Gestaltungselement im Bereich der Umkleidekabinen, als Dekor hinter der Kasse oder als Trennelement zwischen zwei Bereichen, hängend, an der Rückwand oder freistehend mitten im Raum.



Helle
TESSILE



HELLE TESSILE
5. ETAGE, RAUM 550 – 553



Telefon +49 (0) 2131 1785216
Mobil/WhatsApp +49 (0) 152 04552282
E-Mail helletessile@gmail.com
Onlineshop www.helletessile.de

Gallery
FASHION

FASHION & SHOES

24. – 26. Juli 2021

Showroom Concept

22. – 26. Juli 2021

GALLERY-DUESSELDORF.COM

ADDITIONAL DIGITAL EDITION

Gallery
SHOES

SHOES & FASHION

18. – 20. April 2021

Showroom Concept

16. – 20. April 2021

29. – 31. August 2021

Showroom Concept

27. – 31. August 2021

GALLERY-SHOES.COM

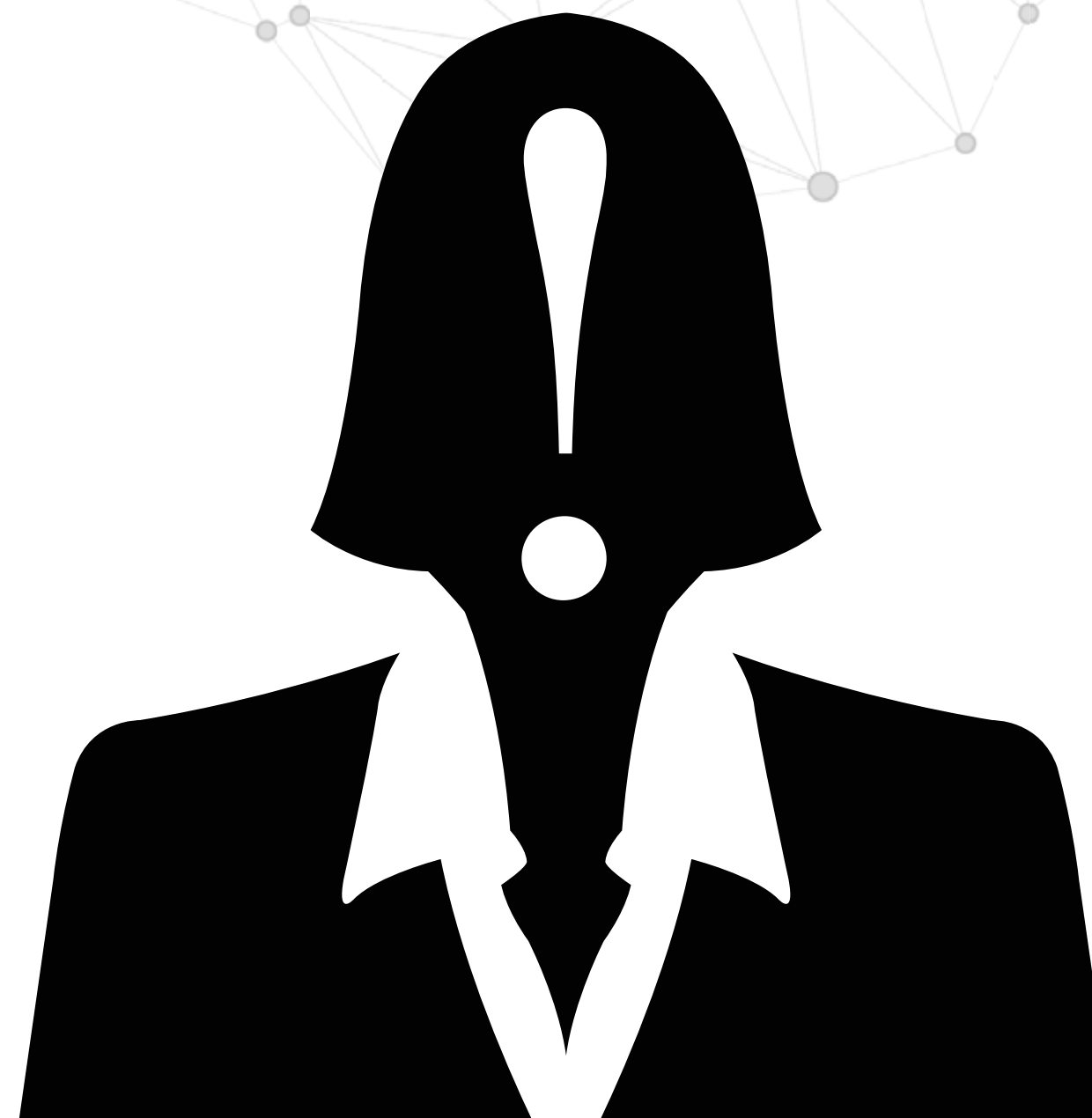
IGEDO
COMPANY

Wirtschaft

GEMEINSAM SIND WIR STARK

MEHRWERT FÜR ERLEBNIS, SORTIMENT,
SERVICE UND BERATUNG

Vielerorts sind KundInnen und lokaler Handel in der Krise einander nähergekommen.
Das lässt sich durch zielgerichtete Maßnahmen und mithilfe des
lokalen Netzwerks weiter ausbauen.



1. NEUE ERLEBNISSE

2. ÜBERZEUGENDE BERATUNG

3. BESONDERER SERVICE

4. OPTIMALER ZUSATZNUTZEN

Eine der größten Stärken des stationären Handels liegt in der räumlichen Nähe zu den KundInnen. In der Pandemie hat das Shoppen im Fachhandel vor Ort (in kleineren und mittelgroßen Städten) oder im eigenen Stadtteil (in Großstädten) an Attraktivität gewonnen. Zudem ist der ortsansässige Handel gleichzeitig Teil eines branchenübergreifenden Netzwerks. Das kann man mitunter nutzen, wenn es in den kommenden Monaten darum geht, neue Käuferlebnisse und überzeugende Beratungsangebote zu schaffen, durch besonderen Service zu punkten und aus den Sortimenten Zusatznutzen zu generieren.

1. NEUE ERLEBNISSE

„Ab Mitte des Jahres werden wir eine Welle extremer Lebens- und Konsumfreude erleben“, sagt Christoph Stelzer, Inhaber der Agentur DFrost Retail Identity, „denn die Menschen haben einen immensen Nachholbedarf.“ Bis es so weit ist, sei „positive, vorwärtsgerichtete Kommunikation“ angesagt und die Planung neuer Erlebnisse auf der Fläche. „Multisensorische Produkterfahrungen zu erzeugen, wird jedoch nicht ganz einfach sein“, glaubt der Retail-Experte, „denn Abstand halten und Masken tragen müssen wir ja weiterhin.“ Die Shopping Experience dürfe daher nicht vom Produkt allein getragen werden. Sondern? Unter anderem „durch eine punktgenaue Inspiration mit Highlight-Präsentationen“, sagt Christoph Stelzer. Daher sei es „gerade jetzt besonders wichtig, seine Zielgruppe und die Community genauestens über alle Segmente hinweg zu kennen“. Eine positive Stimmung ist dabei natürlich eine wichtige Grundvoraussetzung, die Atmosphäre sollte

„clean und freundlich“ wirken und nicht durch zu hohen Waren- oder übermäßige Rabattaktionen beengten. „Zudem steht der Wert des persönlichen Service mehr denn je im Vordergrund“, so Stelzer.

2. ÜBERZEUGENDE BERATUNG

Auch Frank Rehbein, Geschäftsführer des Trainingsunternehmens ‚Die Akademie‘, ist davon überzeugt, dass die Menschen nach dem Lockdown „große Lust haben werden, in die Läden zu kommen“. Business as usual werde die Rückkehr der KundInnen auf die Fläche allerdings nicht sein, sondern „eine ganz sensible Phase“. Denn es gehe zwar „um Spaß, Freude, gute Laune – aber mit Maske und Respekt“. Auf den intensiven Blickkontakt zur Begrüßung folgen idealerweise „zwei, drei warme Sätze, etwa: ‚Ich bin froh, Sie wieder live zu sehen‘“, so Rehbein. Während man die KundInnen früher über die Ware angesprochen und einen schnellen Kaufabschluss angestrebt habe, gehe es jetzt um persönliche Zuwendung und auch einfach mal Small Talk. All das will gelernt sein. „Welche Themen eignen sich, wie führe ich ein lockeres Gespräch – das muss man üben“, so Rehbein. Ebenso den „Switch“ zur Beratung, bei der man mit Maske deutlich mehr reden muss, im Sinne von erklären. „Wir müssen dem Kunden alles, was wir zu tun beabsichtigen, erläutern, denn in unserem Gesicht kann er es nicht lesen“, sagt Frank Rehbein. Und vor früher so selbstverständlichen Handlungen wie etwa dem Messen der Kragenweite empfiehlt sich heute die respektvolle Frage nach dem Einverständnis.

3. BESONDERER SERVICE

Spezielle Regeln gelten bei der telefonischen oder digitalen Beratung. Der Einzelhändler Stephan Becker, Inhaber von Constanca in Trier, setzt dabei ganz auf Individualität und persönliche Ansprache. Gerade steckt er mitten im Shooting, um seinen KundInnen auf Instagram und in individuellen Mails Looks zeigen zu können. „Dabei stellen wir exakt auf jede einzelne Kundin zugeschnittene Alben zusammen“, so Becker. Überhaupt will er seine Kundinnen „noch mehr verwöhnen und besondere Serviceleistungen bieten“. Das kann eine Torte zu Weihnachten sein oder mal zwei Konzert- oder Theaterkarten oder „ein Event, zu dem nicht jeder Zugang hat“, sagt Stephan Becker, „etwas Besonderes eben!“

4. OPTIMALER ZUSATZNUTZEN

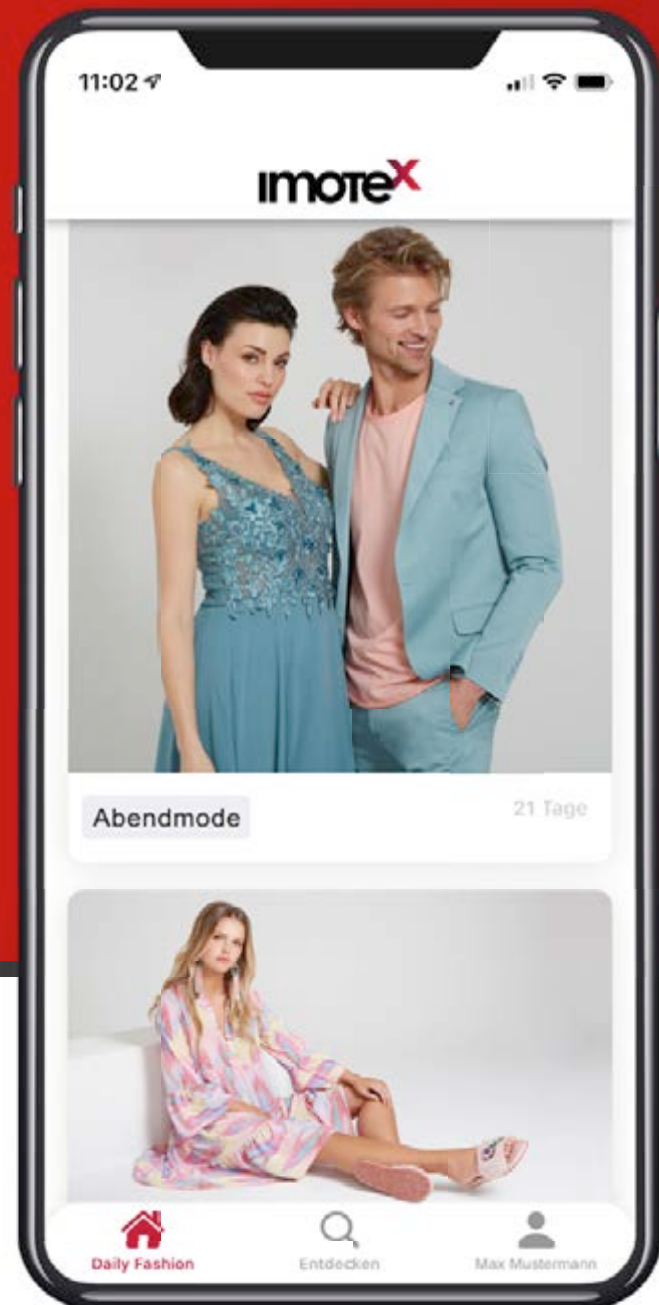
Und worauf kommt es bei der Ware an? Hier ist die Aufgabenstellung, das Potenzial optimal auszuschöpfen und jeden nur denkbaren Zusatznutzen aus dem Sortiment zu generieren. Etwa indem man den KundInnen aufzeigt, „auf welche Arten sie ein Teil tragen können“, sagt Petra Graf von Petra Graf Fashion Consulting. In Social-Media-Beiträgen, in der Dekoration und der persönlichen Beratung könne man „eine große Vielfalt an Looks demonstrieren“, so Graf. „Das ist ein enormer Mehrwert für die KundInnen, denn sie wollen Ideen an die Hand bekommen.“ Oder indem man farbliche oder stilistische Besonderheiten in

sein Sortiment integriert. Aus den disponierten Modethemen heraus lassen sich warenbezogene Aktionen entwickeln, die durch lokale Kooperationen noch an Attraktivität gewinnen: das Thema ‚Blütenpracht‘ (siehe S. 36) etwa durch die Zusammenarbeit mit einem Blumenladen, ‚Loungewear‘ (S. 16) durch Kooperation mit einer Parfümerie oder einem Buchladen oder das Thema ‚Transparenz‘ (S. 40) durch Kollaboration mit einem Optiker. Was auch immer man plant: „Es sollte Bezug zum Standort haben“, so Petra Graf, „und natürlich zur eigenen DNA passen.“



Petra Graf

ERSTE ALL-IN-ONE-APP FÜR SOFORTWARE IM PRONTO-MODA-FACHHANDEL

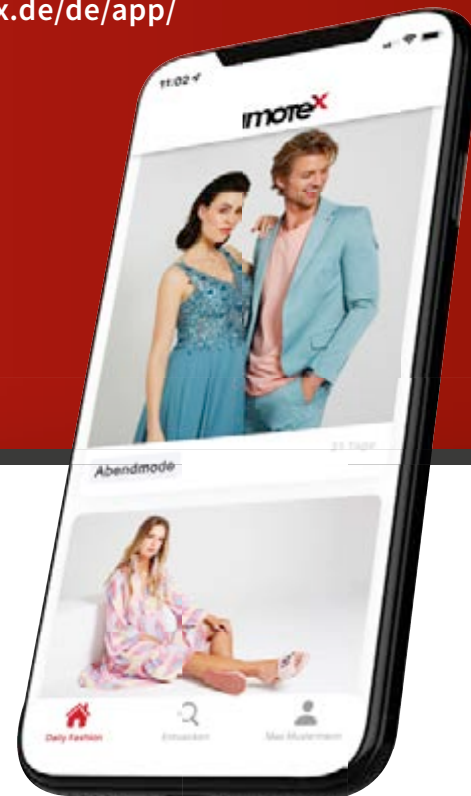


ALLE MODE-ARTIKEL
IN ECHTZEIT

Mehr infos unter: imotex.de/de/app/



App laden



imotex
DAILY FASHION APP®

DIE VORTEILE AUF EINEN BLICK

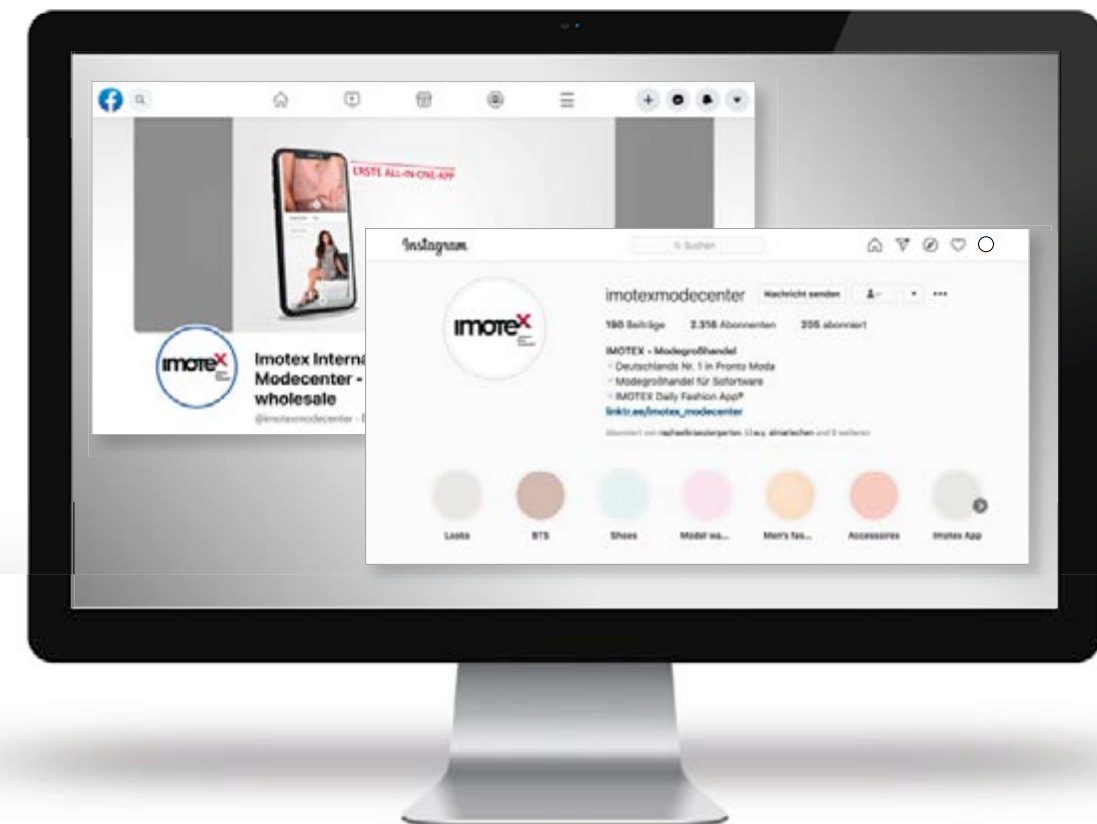
- Die aktuellsten Mode-Artikel in Echtzeit
- Sofort den richtigen Anbieter finden
- Mit dem integrierten Messenger direkt mit dem Händler in Kontakt bleiben
- Detail-Ansichten der Artikel mit Zoomfunktion

Digital

ÜBER SOCIAL MEDIA LIVE DABEI

RUND UM DIE UHR MIT DEM IMOTEX IN KONTAKT

Neugierig auf neue Looks und Trends? Oder mal einen virtuellen Blick hinter die Kulissen des IMOTEX werfen? Social Media macht es möglich. Mit ein paar Klicks können Sie das Modegeschehen live und entspannt auf Ihrem Smartphone verfolgen.



Zwischendurch mal in die Modewelt des IMOTEX eintauchen, Informationen abrufen und sich von den glamourösen Fotostrecken für die neue Saison inspirieren lassen. Alles ganz easy. Wir bespielen sämtliche Kanäle – auf unserer neuen Webseite, Facebook, Instagram und natürlich über die IMOTEX Daily Fashion App® sind wir live dabei. Wer es ganz eilig hat, kann uns über WhatsApp +49 (0) 178 8055099 eine Nachricht schicken. Social Media möchten wir weiter forcieren und haben deshalb hierfür einen eigenen Bereich geschaffen, den Janine Fortkamp als Social-Media-Managerin verantwortet.

Social Media weckt Emotionen und ist rund um die Uhr im Einsatz. Mit der interaktiven Markensuche finden Sie zu jeder Zeit gezielt und schnell Ihre Anbieter, Kollektionen und Produkte. Die aktuellen News aus dem IMOTEX sind permanent abrufbar und über Facebook können Sie direkt mit uns in Kontakt treten. Wir möchten Sie auch ins tägliche Geschehen einbeziehen und die Mode für Sie ins Rampenlicht rücken: Für die Social-Media-Kanäle machen wir eigene Fotoshootings und drehen echte Reels für Instagram. Mit solchen coolen Fotosessions und Reels werden Sie bestimmt auch Ihre KundInnen begeistern.

Händlerverzeichnis



Händlerverzeichnis

Alle Infos zu unseren Händlern und Kollektionen auch online.



Speople's by Italiatex GmbH DOB/Young Fashion 401 – 402/450 – 455 +49 (0) 2131 3844975	by Innocent GmbH DOB 227 – 228 +49 (0) 2131 103289	E-Vitale Shoes Shoes 114 +49 (0) 2131 3868532	High Speed Fashion GmbH DOB 205 +49 (0) 2131 166688	LEGEND GmbH Plus-Size/DOB/Jeans 425 – 426 +49 (0) 2131 5331434	Muki GmbH DOB 240 – 241 +49 (0) 2131 3655460	Restart Plus-Size/DOB 442 +49 (0) 2131 1785137	Thiede Fashion GmbH DOB 520 – 521 +49 (0) 2131 13780
A-Star Jeans 246 +49 (0) 2131 120881	C-M Premium Modevertrieb GmbH DOB/Young Fashion 416 – 418 +49 (0) 2131 5959059	Effeny GmbH DOB/Young Fashion 219 – 221 +49 (0) 2131 5235889	Imotex Modecenter Information 1. OG Info +49 (0) 2131 403790 WhatsApp +49 (0) 178 8055099	Len's Couture GmbH DOB/Accessoires 213 – 214 +49 (0) 2131 1785959	Naveed Mode GmbH Plus-Size/DOB 523 – 524 +49 (0) 2131 5315955	Restaurante Bennario Restaurant 329 – 333 +49 (0) 2131 7391903	Tipp Topp Fashion GmbH DOB/Young Fashion 034 – 035 +49 (0) 2131 1787350
ABM Fashion GmbH DOB 237 – 238 +49 (0) 2131 4509062	C. U. Papaya GmbH Kidswear 325 – 326 +49 (0) 2131 1336360	Emily GmbH Young Fashion/Jeans 211 – 212 +49 (0) 2131 4085295	Imotex Modecenter Marketing 554 +49 (0) 2131 4037920	Les Freres by Khan Mode GmbH Plus-Size/DOB 541 +49 (0) 2131 129808	Never Mind Modevertrieb GmbH DOB 025 – 026 +49 (0) 2131 166970	ROSE – Mode für Sie DOB 339 – 340 +49 (0) 2131 3845450	Top Trend Plus-Size/DOB 538 +49 (0) 2131 130915
ABN Handels GmbH DOB/Accessoires 201 – 202 +49 (0) 2131 120189	CAS CARA by Cherry's GmbH DOB/Young Fashion 126 – 128 +49 (0) 2131 5963994	Esvivid by Ofelic Business GmbH DOB/Young Fashion 419 – 421 +49 (0) 2131 3671608	Imotex Modecenter Verwaltung 554 +49 (0) 2131 4037911	Lucky Style GmbH Event-Fashion – Abendmode/DOB 042 +49 (0) 2131 273086	New Jersey Plus-Size/DOB 526 – 528 +49 (0) 2131 1537179	Rostock Mode Jeans 226 +49 (0) 2131 206870	Version Textil Import Export GmbH Plus-Size/DOB 248 – 249 +49 (0) 2131 103335
Acco Textilvertriebs GmbH Accessoires 324 +49 (0) 2131 222566	Celebrity Fashion UG (haftungsbeschränkt) HAKA 408 +49 (0) 175 9451267	EU-Queen DOB 242 +49 (0) 2131 3193700	Indini Deutschland GmbH Accessoires 522 +49 (0) 2131 1511935	Magicienne DOB 439 – 440 +49 (0) 2131 3865915	New Star Jeans 233 – 235 +49 (0) 2131 7522897	Rusty Neal by Rocas GmbH HAKA/Jeans 412 +49 (0) 2131 3832666	Vincenzo Allocca / Jean Marc Philippe Plus-Size/DOB 315 +49 (0) 2131 26030
ACE Fashion by Kosmo Lupo GmbH Plus-Size/DOB 313 – 314 +49 (0) 2131 3671283	Chalona GmbH Plus-Size/DOB/Shoes 542 – 543 +49 (0) 2131 2984690	Euro-China Huang Textil GmbH DOB/Young Fashion 028 – 029 +49 (0) 2131 103435	Infinity DOB/Young Fashion 405 +49 (0) 2131 1723425	MB Style Plus-Size/DOB 239 +49 (0) 2131 3673313	nl fabriek DOB 511 +49 (0) 2131 1782860	Seibely Accessoires 305 +49 (0) 2131 3833018	W & H Fashion GmbH Accessoires 509 – 510 +49 (0) 2131 3662938
Aciré DOB 327 – 328 +49 (0) 2131 4019985	Chéri Event-Fashion – Abendmode 019 – 020 +49 (0) 2131 3193277	F Fashion GmbH DOB/Young Fashion/Jeans 118 – 119 +49 (0) 2131 2095618	J.E.T. GmbH HAKA 407 +49 (0) 2131 4039588	Mexxoo Design Plus-Size/DOB 323 +49 02131 4022772	Noor Moden GmbH & Co. KG Event-Fashion – Abendmode/ Kidswear 043 – 045 +49 (0) 2131 202527	Shini-Mode by SM Young Collection GmbH DOB/Young Fashion 046 +49 (0) 2131 2095284	Wasabi Wear GmbH DOB/HAKA 140 – 141 +49 (0) 2131 177749
Ailia GmbH Accessoires 310 – 312 +49 (0) 2131 4023978	Ciro Esposito DOB 111 – 112 +49 (0) 2131 3837746	Fashion Coach GmbH Young Fashion/DOB 341 +49 (0) 2131 2945666	JHL GmbH Ladeneinrichtungen/Service 349 +49 (0) 2131 177733	Minotex Fashion GmbH DOB 536 – 537 +49 (0) 2131 168310	Olivia Fashion GmbH Event-Fashion – Abendmode/ Young Fashion 525 +49 (0) 2131 1534788	Shiva Handels GmbH DOB/Young Fashion 023 – 024 +49 (0) 2131 1338704	Welcome! Fashion GmbH Plus-Size/DOB/Young Fashion 429 – 435 +49 (0) 2131 7736114
Akyol Leder GmbH Accessoires 437 +49 (0) 2131 1723393	Clarissa by ONESinn Fashion GmbH DOB 546 +49 (0) 2131 3678920	Fashion Stylee DOB 021 – 022 +49 (0) 2131 3863240	JUNONA Germany GmbH DOB/Kidswear 337 – 338 +49 (0) 2131 4083434	Mioni by Pink Lifestyle GmbH DOB 101 – 102/152 – 156 +49 (0) 2131 2060421	Ophilia by Maxima Trends GmbH Plus-Size/DOB 345 – 346 +49 (0) 2131 3846444	Sitara Textil GmbH DOB 027/032 – 033 +49 (0) 2131 223131	Yalindex DOB/Accessoires 508 +49 (0) 2131 6658961
ALA Mode Fashion DOB 113 +49 (0) 2131 2091616	Clementina Fashion DOB/Young Fashion 149 – 151 +49 (0) 2131 3162185	Future by Kajotex Textilhandelsges.mBH DOB 147 – 148 +49 (0) 2131 3138282	K square Creations UG (haftungsbeschränkt) DOB 222 – 223 +49 (0) 2131 3652727	Miss & Furs by MISS FURS GmbH DOB/Jeans 120 – 121 +49 (0) 2131 3165333	Pabbi Collection DOB 427 +49 (0) 2131 167106	Startex GmbH DOB 445 – 447 +49 (0) 2131 3674250	Your & Self by Cristaltex Deutschland GmbH DOB/Young Fashion 203 – 204/250 – 253 +49 (0) 2131 1538900
Albella Fashion GmbH Plus-Size/DOB 518 – 519 +49 (0) 2131 3669598	CM Catwalk Mode GmbH DOB 106 – 108 +49 (0) 2131 3658372	Giuno by Monopol Modevertriebs GmbH Accessoires 215 – 216 +49 (0) 2131 7387716	Kamoto Trends GmbH Young Fashion 406 +49 (0) 2131 5216653	Miss Glamour MG GmbH Plus-Size/DOB 109 – 110 +49 (0) 2131 2094200	Patago by Gür-Tex Leatherwear/DOB/HAKA 115 – 117 +49 (0) 2131 103542	Style In DOB/Young Fashion 038 – 039 +49 (0) 2131 3845786	Stylo UG (haftungsbeschränkt) Plus-Size/DOB 448 – 449 +49 (0) 2131 3848375
Amanat GmbH DOB/Young Fashion 030 – 031 +49 (0) 2131 1531661	Coom ... design Vertriebs GmbH Plus-Size/DOB 547 – 549 +49 (0) 2131 130112	GLM Moda GmbH DOB/Young Fashion 515 – 517 +49 (0) 2131 4031379	Kekoo by O'Kek GmbH Plus-Size/DOB 209 – 210 +49 (0) 2131 5953833	Missy by Tunika Mode GmbH DOB/Young Fashion/ Accessoires 133 – 136 +49 (0) 2131 5231825	Pink Cherry GmbH DOB/Jeans 316 – 321 +49 (0) 2131 3656608	Sunlight GmbH Jeans/DOB 322 +49 (0) 2131 5953808	SU' GmbH Plus Size/DOB 016 – 018 +49 (0) 2131 5953303
Ancora Moda GmbH DOB 342 – 344 +49 (0) 2131 531808	D & J Collection DOB/Event-Fashion – Abendmode 040 – 041 +49 (0) 2131 7388808	Global 9 Accessoires 529 – 532 +49 (0) 2131 1530340	Kickdown by BayKon GmbH HAKA 409 +49 (0) 2131 3846163	Mobi Fashion Young Fashion/Event-Fashion – Abendmode 036 – 037 +49 (0) 2131 3868997	PK Fashion Plus-Size/DOB 217 – 218 +49 (0) 2131 5125870	Sweet Lover GmbH & Co. KG DOB/Young Fashion 503 – 507 +49 (0) 2131 3162235	T & C Jeans by HUA SHENG C.H.E.N.G. GmbH Jeans 422 +49 (0) 2131 2098995
Ania Collection GmbH DOB/Young Fashion 247 +49 (0) 2131 1256500	Da Capo Textilhandel GmbH DOB 144 – 145 +49 (0) 2131 168249	Harpa Lifestyle GmbH DOB/Shoes/Accessoires 443 – 444 +49 (0) 2131 3666660	Kimmy Jeans GmbH DOB 438 +49 (0) 2131 408881	Mona Accessoires & Mode GmbH Accessoires 347 – 348 +49 (0) 2131 2098991	Prestige Mode GmbH/Chic Fashion Event-Fashion – Abendmode/ DOB 224 – 225 +49 (0) 2131 2630727	T/B/O Steuerberater Service 428 +49 (0) 2131 3133200	
Believe Mode GmbH DOB/Young Fashion 512 – 514 +49 (0) 0176 45884830	Decay Modevertrieb GmbH DOB/Jeans 413 +49 (0) 2131 3846926	Heike Schimon Plus-Size/DOB 533 – 535 +49 (0) 2131 166367	La Bass by Khan Mode GmbH Plus-Size/DOB 206 – 208 +49 (0) 2131 167480	Mone's Textilhandels GmbH DOB/Jeans 047 – 048 +49 (0) 2131 291148	Pretty Body Event-Fashion – Abendmode/ Young Fashion 254 – 255 +49 (0) 2131 3666689		
Bhatti Moden GmbH Young Fashion 410 – 411 +49 (0) 2131 130004	Dong Fang Import & Export GmbH DOB/Young Fashion 301 – 302/352 – 355 +49 (0) 2131 1539683	Helle Tessile GmbH DOB/Accessoires 550 – 553 +49 (0) 2131 1785216	Le Kiwi Modevertriebs GmbH DOB 122 – 125 +49 (0) 2131 13790	Moon Fashion Young Fashion 236 +49 (0) 2131 1330603	Pretty Life GmbH Accessoires 137 – 139 +49 (0) 2131 1244679		
Bubble Young Fashion 423 +49 (0) 0152 31915574	Duvar Fashion GmbH HAKA 414 – 415 +49 (0) 2131 3864772						

■ Vorübergehend umgezogen wegen Umbau des Erdgeschosses

Impressum

IMOTEX SUXXESS MAGAZINE

HERAUSGEBER

IMOTEX Suxxess Group
Marketinggemeinschaft e.V.
Breslauer Str. 8
41460 Neuss
T +49 (0)2131-40379-11
T +49 (0)2131-40379-29
info@imotex.de
www.imotex.de

V.I.S.D.P.

Rolf Zimmermann

KONZEPT/ANZEIGEN

Fatima Kelecija

REDAKTION

Lisa Dartmann
Annette Gilles

LEKTORAT

Eva Westhoff

MODELS

Johanna und Marie | Curve Model Management
Ines, Kim, Maren, Melanie
und Sophia | Favourite Models
Tim | No Toys Modelagency

FOTOSHOOTING

Fotograf: Alex Schier
Styling: Rolf Buck, Raphael Höpfner

KONZEPT/LAYOUT/ART DIRECTION

April5 GmbH
Kai-Uwe Kehl und Marina Miller
april5.de

DRUCK

L.N. Schaffrath
GmbH & Co. KG
DruckMedien
www.schaffrath.de



PINK CHERRY
3. ETAGE, RAUM 316 – 321



Herr Yang
Telefon +49 (0) 2131 3656608
Mobil/WhatsApp +49 (0) 152 38094391
E-Mail office@pinkcherry.de
Webseite www.pinkcherry-fashion.de

Anzeige

Startex GmbH
Made in Italy



STARTEX

4. ETAGE, RAUM 445 - 447



Herr Xiang
Telefon +49 (0) 2131 3674250
Mobil/WhatsApp +49 (0) 157 51076335
E-Mail startex@outlook.de