

SUXXESS

Effeny
GmbH

Raum 219-221

FASHION H/W 20/21

Harmonische Mode mit Wohlfühlfaktor

DRESS & CARDIGAN

Ein unschlagbares Duo

KNITWEAR

Strick als neues It-Piece

SHOOTING

Top-Mode ganz
oben angekommen

RETAIL

Tipps für modernes Marketing

DIGITAL

Business mit WhatsApp



Mollywood and Friends GmbH
Frau Boz
Breslauer Str. 8 · 41460 Neuss
2. Etage · Raum 245
Tel: +49 (0) 2131 120884
Mobil: +49 (0) 176 77179537
WhatsApp: +49 (0) 176 77179537
Fax: +49 (0) 2131 120363
E-Mail: info@mollywoodandfriends.de

Centermanagement:



Rolf Zimmermann
Leiter
Centermanagement



Fatima Kelecija
Offline Marketing



Martina Knips
Verwaltung



Rahime Durna
Online Marketing,
Social Media



Marion Biermann
Kundeninformation
Service

Liebe Einkäuferinnen und Einkäufer,

der Lockdown war für uns alle eine einschneidende Erfahrung, die aber gleichzeitig auch die Möglichkeit bot, neue Ideen zu entwickeln und neue Wege zu gehen. Wir im IMOTEX haben die Zeit genutzt, um unser Haus für Sie noch besser aufzustellen, es noch attraktiver zu machen. Was Sie Neues bei uns erwartet, lesen Sie auf Seite 6 in der Rubrik IMOTEX Intern.

Inzwischen haben wir nun auch schon wieder einige Monate geöffnet, und so etwas wie eine neue Normalität herrscht vor. Viele von Ihnen haben uns bereits besucht und Ware eingekauft oder sich über die ersten Neuheiten für Herbst/Winter informiert. Die neue Saison ist mittlerweile sichtbar in die Showrooms eingezogen und täglich kommen neue Kollektionen hinzu.

Auf den kommenden Seiten präsentieren wir Ihnen alles Wichtige rund um die neue Fashion. Die angesagten Trends stellen wir auf Seite 12 vor, gefolgt von einem Überblick über die Mode und die einzelnen Themen. Und sollten Sie sich fragen, wo die Location für das coole Shooting von Seite 22 liegt – wir können es Ihnen verraten: Diesmal haben wir auf dem Dach unseres Hauses fotografiert.

Doch wichtig ist nicht nur die Mode, man muss sie auch gut präsentieren und an die Kundin und den Kunden bringen. Hierfür geben wir Ihnen in unseren Fachartikeln ab Seite 57 aus dem Bereich Retail und Digital wichtige Anregungen und konkrete Marketingtipps. Und haben Sie z.B. schon einmal über Business mit WhatsApp nachgedacht? Oder über einen Besuch bei uns am Sonntag, denn inzwischen finden unsere erfolgreichen SUXCESS SUNDAYS wieder statt. Diese bieten die zusätzliche Möglichkeit, uns einmal im Monat außerhalb der regulären Öffnungszeiten zu besuchen. Am besten, Sie notieren sich schon einmal die unten stehenden Termine.

Wir freuen uns sehr, Sie an diesen oder unseren regulären Öffnungstagen bei uns begrüßen zu dürfen. Doch nun viel Freude mit der neuen Mode und Ihrem neuen SUXCESS MAGAZINE.

Ihr Team der
IMOTEX SUXCESS GROUP Marketinggesellschaft



New Dates for SUXCESS SUNDAYS:
Am 20.09. , 11.10. , 08.11. und 29.11.
sind wir auch wieder sonntags für Sie da.

Ihr Kontakt zum IMOTEX



HABEN SIE FRAGEN?
Sie erreichen uns telefonisch unter +49 (0) 2131-40379-0,
per WhatsApp unter +49 (0) 178 8055099, per E-Mail: info@
imotex.de oder über imotex.de/kontakt

BESUCHEN SIE UNS ONLINE
imotex.de/service



FOLGEN SIE AUF UNSEREN SOCIAL MEDIA KANÄLEN



Cover September 2020
Effeny GmbH –ausgefallene Damenmode in guter Qualität und zu attraktiven Preisen
2.Etage, Raum 219-221
Telefon: +49 (0) 2131 5235889
WhatsApp: +49 (0) 170 3342068
Mail: info@effenygmbh.de

Trend

- 12 **MODE IM HERBST / WINTER 2020 / 21**
Die Top Themen im Überblick
- 16 **SANFTHEIT UND BERUHIGUNG**
Entspannte Mode mit Wohlfühlfaktor
- 18 **DRESS & CARDIGAN**
Ein unschlagbares Duo
- 22 **OBEN ANGEKOMMEN**
Top-Mode in kühler Herbstluft
- 32 **FASHIONABLE KNITWARE**
Strick als neues It-Piece
- 34 **GRAPHIC DESIGNS**
Herbstfarben in modernen Mustern
- 38 **DARK GREEN**
Spaziergang im Wald
- 40 **LEO LOOK**
Animal ist immer in
- 41 **MODERN PRINTS**
Fantasie fürs Outfit
- 42 **ALL-TIME-BASICS**
Denim geht immer
- 44 **BLACK MEETS WHITE**
Der beliebte Modeklassiker
- 48 **LET'S ROCK**
Mode mit Coolness
- 50 **JOGGINGSTYLE**
Sportswear als Alltagsmode
- 54 **AFTER JOB PARTY**
Chic von früh bis spät
- 56 **IN THE EVENING**
Mode für den besonderen Anlass



Retail

- 57 **MIT VOLLER KRAFT INS ONLINE-MARKETING**
- 60 **MEHR ERLEBNIS, MEHR GENUSS, MEHR SOZIALER AUSTAUSCH**
Einkaufen als soziales Erlebnis schafft mehr Umsatz
- 61 **WERBUNG MIT HALTUNG UND NÄHE ZUM KUNDEN**
Sechs Tipps, um Kunden zu erreichen

Digital

- 62 **MODE GEHT MOBIL**
So steigen Sie mit WhatsApp Business in den Online Handel ein
- 63 **EINKAUFSMEILE IN DER FACEBOOK-FAMILIE**
Shopping-Erlebnis auf Facebook und Instagram
- 64 **REDAKTIONSPLAN FÜR DEN PERFEKTEN CONTENT**
Professionalisieren Sie Ihr Content-Marketing

Rubriken

- 03 **EDITORIAL**
- 69 **IMPRESSUM**
- 68 **HÄNDLERVERZEICHNIS**

Intern

- 06 **VIEL NEUES IN NEUSS**
Update zu aktuellen Veränderungen



KENNEN SIE DIE IMOTEX APP?
IMOTEX.DE/DE/APP/



FOLLOW US ON INSTAGRAM!

Viel Neues in Neuss

UPDATE ZU AKTUELLEN VERÄNDERUNGEN

Seit der letzten Ausgabe des SUXCESS MAGAZINES hat sich viel getan: Mit Rolf Zimmermann lenkt ein neuer Centermanager die Geschicke des Hauses, eine neue Kollegin für Online Marketing und Social Media steht bereit und eine Kooperation mit den Modemessen stärkt die Anbindung zum Fashionstandort Düsseldorf.

Manchmal sieht man sie nicht, aber sie sind da – die Veränderungen – und ihre Folgen spürt man deutlich. Auch im Imotex hat sich in den letzten Monaten wieder viel getan. Manches ist direkt sichtbar und anderes spürbar.

Rolf Zimmermann neuer Centermanager

Die wichtigste Veränderung betrifft die Führung des IMOTEX. Seit Mai 2020 hat Rolf Zimmermann als Centermanager die Leitung des Hauses übernommen. Der 54-Jährige ist ein erfahrener Modeprofi, der in seiner mehr als 30-jährigen Berufslaufbahn auf verschiedene Tätigkeiten und Stationen in der Branche zurückblicken kann. So zeichnete Zimmermann als Country Manager bei der dänischen BTX Group verantwortlich und betreute über viele Jahre Marken wie beispielsweise Indian Rose, Herrlicher, Lois Jeans und Ed Hardy. Außerdem war der gebürtige Aachener für diverse Produzenten, Marken und Messen verantwortlich. In den letzten Jahren arbeitete er als Centermanager im MMC Leipzig.

„Nun ein Teil der Gegenwart, aber auch der Zukunft der Gemeinschaft IMOTEX zu sein, freut mich sehr.“

Rolf Zimmermann, Centermanager

Rahime Durna neue Managerin für Online Marketing und Social Media

Ebenfalls neu im Team ist seit kurzem Rahime Durna. Die Betriebswirtschaftlerin betreut die Bereiche Online Marketing und Social Media und verfügt über eine mehrjährige Erfahrung in Social Media und Influencer Marketing.

Fashion Bridge Düsseldorf – Kooperation für Mode

Veränderungen gibt es auch im Einkaufsverhalten, das immer mehr von Vororder in Richtung Sofortware tendiert. Entsprechend gewinnt diese für den Einzelhändler stets an Bedeutung. „Pronto Moda entwickelt sich vom wichtigen On Top Geschäft zu einem etablierten Bereich auf der Fläche. Über kaum ein anderes Geschäft lässt sich eine höhere LUG erzielen und das bei minimalem Kapitaleinsatz und hoher Trendaffinität“, betont Centermanager Rolf Zimmermann. Weil die enge Anbindung an den Modestandort Düsseldorf dementsprechend besonders sinnvoll ist,

ist das IMOTEX ein Joint Venture mit der Igedo Company – Gallery FASHION & SHOES und der Supreme Woman & Men eingegangen. Während der Veranstaltungen, die im Zeitraum 30.08.-01.09.2020 stattfanden, war IMOTEX wichtiger Modecenter-Kooperationspartner der so genannten Fashion Bridge Düsseldorf. Der Name war Programm: Als besonderen Service verband im Rahmen der Messen ein kostenfreier Shuttle-Service die beiden Standorte Neuss und Düsseldorf. So konnten die Händler die neuen Kollektionen auf den Messen sowie im Modecenter sichten.

Sicherheitskonzept

Ein paar Worte noch zum neuen Sicherheitskonzept, denn selbstverständlich haben Gesundheit und Sicherheit von Besuchern, Mietern und Mitarbeitern höchste Priorität. Deshalb werden alle gesetzlichen Auflagen in vollem Umfang umgesetzt. Das fängt bei der Pflicht zum Tragen eines Mund-Nasen-Schutzes an, geht über das Aufstellen von Desinfektionsmittelpendern an allen strategisch wichtigen Punkten im Haus und reicht bis zur Limitierung der Personenzahl in Showrooms und Liften.

SUXCESS SUNDAYS

So ist es auch möglich, dass die beliebten SUXCESS SUNDAYS wieder durchgeführt werden können. Die nächsten offenen Sonntage finden am 20.09., 11.10., 08.11. und 29.11. statt. Dann ist das IMOTEX auch außerhalb der regulären Öffnungszeiten jeweils vom 9 bis 17 Uhr geöffnet.



Pink Cherry GmbH

3. Etage · Raum 316–321
Breslauer Str. 8 · 41460 Neuss
Tel.: +49 (0) 21313656608
Fax.: +49 (0) 2131 3656605
WhatsApp: +49 (0) 152 38094391
E-Mail: office@pinkcherry-fashion.de



GLM
MODA GMBH



GLM MODA GMBH

MODECENTER IMOTEX
BRESLAUER STR. 8
D-41460 NEUSS
ERDGESCHOSS
RAUM B19 /B21/B23
TEL: +49 (0) 2131 4031379
GLMMODA@YAHOO.DE

MOBI FASHION

ÜBERGANGSWEISE
WÄHREND DER
UMBAUPHASE IN

RAUM
254-255



MOBI FASHION GMBH

2. ETAGE · RAUM 254-255 · TELEFON: +49 (0) 2131 3868997 · MOBIL: +49 (0) 162 7430589
WHATSAPP: +49 (0) 2131 3868997 · E-MAIL: INFO@DRESSPLANET.DE · WEB: DRESSPLANET.DE

MODE

IM HERBST / WINTER 2020 / 21 DIE TOP-TRENDS IM ÜBERBLICK

Die Zeiten verunsichern – Harmonie und Wohlfühl sind gefragt. Das gilt auch für die Mode, die im kommenden Herbst/Winter warme Farben, natürliche und weiche Materialien sowie unaufgeregte Looks mit sich bringt.

Harmonie

Die Welt im Krisenmodus – der Mensch sehnt sich nach Sicherheit und Wohlfühl. Harmonie ist das Thema der Saison, angefangen bei den Herbstfarben, die sich nicht schöner und strahlender zeigen könnten, bis hin zu den Materialien, die komfortabel und natürlich sind.

Wärme

Gelb-Orange-Rot: Farbnuancen, die Wärme und Optimismus ausdrücken, dominieren die Laufstege. Und wie die Töne strahlen: Sie leuchten in sonnigen und ausgewogenen Nuancen wie ein Herbstwald – kalte und grelle Farben sind dagegen auf dem Rückzug.

Strick

Nichts geht ohne „Statement-Strick“ und „Strick 2.0“ – da sind sich die Modeprognosen einig. Das zeigt, wie wichtig der Trend im kommenden Herbst/Winter wird. Auch hier Wärme und Wohlfühl, umgesetzt in trendigen Farben, kuscheliger Wolle und interessanten Strickbildern. Bei der Fertigung überzeugen innovative Herstellungstechniken.



Miss & Furs by
MISS FURS GmbH
1. Etage,
Raum 120-121
Schuhe: Biondini
1. Etage, 114
Tasche:
Pretty Life GmbH
1. Etage, 137-139

Leder

Beim Thema Natürlichkeit steht auch Leder als Material für Bekleidung weiter im Fokus. Wärmend und mit tollen Trageeigenschaften kann es seine Beliebtheit in der Fashion weiter ausbauen. In allen Modifarben gelten weiche Glattleder und Velours als Bestseller. Materialbedingt wird hier besonders oft der aktuelle Fransen- und Cut-Out-Trend umgesetzt.

Mustergültig

Prints sind immer ein Modeliebling! In dieser Saison wird viel auf ausdrucksstarke grafische Muster gesetzt, allerdings auch hier in harmonisch abgestimmter Farbgebung. Neben einem wilden Muster-Mix geben auch Blumendessins und breite Streifen den Ton an. Daneben trifft man weiterhin auf Animal-Varianten.

Glanz & Glitzer

Bei aller modischen Zurückhaltung gibt es auch einen sehr auffälligen Trend zu Glanz und Glitzer und der ist nicht auf den Abend beschränkt. Lurex, beschichtete Stoffe, Plissees und Crash-Optiken in warmen Metalltönen und viel Gold sind der Renner und schimmern um die Wette.



Believe Mode GmbH
5. Etage, Raum 512-514
Schuhe: Biondini
1. Etage, 114
Brosche: Pretty Life GmbH
1. Etage, 137-139



STARTEX GMBH

4. Etage · Raum 445-447
Tel.: +49 (0) 2131 367 4251
Handy: +49 (0) 1575 107 6335
E-Mail : Xiang96@hotmail.de



Startex GmbH
Made in Italy



EU-Queen
2. Etage, Raum 242
Schuhe: Biondini
1. Etage, 114
Ohrringe:
Pretty Life GmbH,
1. Etage, 137-139
Ring: Giuno by Monopol
Modevertriebs GmbH & Co. KG,
2. Etage, Raum 215-216



SANFTHEIT UND BERUHHIGUNG

ENTSPANNTE MODE MIT WOHLFÜHLFAKTOR

Bekanntes suggeriert Sicherheit. Das gilt einmal mehr für die Fashion im Herbst/Winter, die viel auf klassische und geläufige Themen setzt. Neue Verarbeitungstechniken und raffinierte Details sorgen dabei aber für moderne und attraktive Looks.

Turbulente Zeiten bringen eine beruhigte Mode – das war schon immer so. Kaum geriet die Welt „aus den Fugen“ galten Stichworte wie „Cocooning“, „Harmonie“ und „Beruhigung“ als Ideengeber der Kollektionen. Das ist aktuell, da niemand abschätzen kann, wie sich alles entwickeln wird, nicht anders.

Vielleicht haben Sie ja schon einmal vorab durch die Modeseiten geblättert, und es ist Ihnen aufgefallen: Eine ruhige Farbwelt herrscht vor, unaufgeregte Styles, viele mit Kuschel- und Wohlfühlfaktor.

Trotzdem kommt die Mode für Herbst/Winter 2020/21 nicht langweilig oder gar trist daher. Viele schöne Farben, Muster und Styles erwarten uns. Oft stand für sie die Natur Pate, denn auch ein „zurück zur Natur“ ist typisch in diesen Tagen. Das zeigen die wunderschönen Farbnuancen, die an die Felder, Wälder und Blätter im Herbst erinnern: Strahlendes Rot, Orange und Gelb stehen für Wärme, die vielen Beigenuancen und dunkles Tannengrün für Natürlichkeit. Off-White, Dunkelblau und Grau bringen Ruhe. Fröhliche Akzente setzen dann Lila, Rosa, Lachs, Hellblau und Spritzer von Pink und Türkis. Schwarz/Weiß-Themen nehmen wieder einen größeren Rahmen ein, nicht untypisch, denn dieser Trend wird mit Klassik und Sicherheit (auf der modischen Seite) suggeriert. Womit wir auch schon mitten im Bereich der Muster wären, die in Schwarz/Weiß ebenso viele Varianten finden wie bei Herbstfarben, sich an Flora und Fauna orientieren, an grafischen Elementen oder der Fantasie entsprungen sind. Diese schönen Dessins werden gerne zu Kleidern verarbeitet, den Lieblingen des Sommers, auf die auch niemand an Herbsttagen verzichten möchte. Dafür geht das Kleid eine perfekte Verbindung mit Cardigans ein. Generell wird Strick als der Trend der Saison gesehen, was auch an den tollen neuen Strickbildern und Fertigungsmöglichkeiten liegt. Als Never-Ending-Love-Story gelten Animal-Prints und Denim, das als Material für Jacken und Hosen genauso beliebt ist wie feines Leder.

Insgesamt kann man sagen, dass Modeklassiker in moderner Interpretation die Kollektionen bestimmen, selbst im jungen Bereich. Hier finden sich ein aus der Sportswear entwickelter Joggingstyle sowie ein cooler Biker-Look.

Für viel Individualität und Wandlungsmöglichkeit sorgen die vielen Accessoires. Besonders angesagt sind Sneaker in unzähligen Varianten sowie Gürteltaschen und Micro-Bags, die beide



Mona Accessoires
& Mode GmbH
3. Etage, Raum 307-312



stylish crossover getragen werden und den Looks so eine besondere Note geben.

Und nun viel Spaß mit der neuen Mode, die wir Ihnen auf den folgenden Seiten ausführlich vorstellen.

DRESS & CARDIGAN

EIN UNSCHLAGBARES DUO

Ob mini oder maxi, uni oder bedruckt – das Kleid ist in seinen vielen Varianten einfach der Liebling der Fashion, und die modische Frau will auch an kühleren Tagen nicht auf das lieb gewonnene Teil verzichten. Das ist die Stunde der Cardigans, denn zusammen ergeben Kleid und Strickjacke ein unschlagbares Duo für die Übergangszeit. Die Kleider sind körperbetont und schmal oder weit schwingend mit zum Teil ein- oder mehrstufig gearbeiteten Volants. Oft zeichnen sie sich durch wunderschöne Herbstmuster aus, die von Blumen- und Dessins bis zu Animalprints reichen. Dazu kommen hüft- oder knielange Cardigans, die oversize und lässig geschnitten und in der Regel unifarb gehalten sind, um dem Look eine ruhige Aussage zu geben. Gestylt wird modern mit Stiefeln oder Sneakern. Auch lange Schals und Hüte passen perfekt.



Amanat GmbH
4. Etage, Raum 427
Kette & Armband:
Giuno by Monopol
Modevertriebs GmbH
2. Etage, Raum 215-216
Hut: Mona Accessoires
& Mode GmbH
3. Etage, Raum 307-312



Pink Cherry GmbH
3. Etage, Raum 316-321



Aciré
3. Etage, Raum 327-328
Armband: Pretty Life
1. Etage, Raum 137-139
Hut: Mona Accessoires &
Mode GmbH
3. Etage, Raum 307-312
Schuhe: Biondini
1. Etage, Raum 114



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



ANASTASIA

MANON

LUBA

HOPSACK

CHAMPAGNE



EXKLUSIVES DESIGN
FÜR INDIVIDUELLES STYLING

HEIKE SCHIMON

5. Etage · Raum 533-535 · Breslauer Straße 8 · 41460 Neuss
Tel: +49 (0) 2131 166367 · Mobil: +49 (0) 176 32757950
heike.schimon@arcor.de

Helle
T E S S I L E



HELLE TESSILE GMBH
5. Etage · Raum 550-553
helletessile@gmail.com
helletessile.de
+49 (0) 2131 1785216



OBEN ANGEKOMMEN

TOP-MODE IN KÜHLER HERBSTLUFT

Hoch auf dem Dach, den Blick über die Landschaft schweifen lassen und die frische, kühle Herbstluft einatmen. Die neue Fashion mit den perfekten Looks für die Übergangszeit macht hier oben ein genauso gutes Bild wie im modischen Alltag.



Linkes Outfit



Rechtes Outfit

Mann: DUVAR Fashion GmbH, 4. Etage, Raum 414-415 · Armband: Pretty Life GmbH, 1. Etage, 137-139 · Gürtel: AccO Textilvertriebs GmbH, 3. Etage, Raum 324

Frau: Startex GmbH, 4. Etage, Raum 445-447 · Ohrringe: Giuno by Monopol Modevertriebs GmbH 2. Etage, 215-216
Hut: Mona Accessoires & Mode GmbH, 3. Etage, Raum 307-312



Linkes Outfit



Rechtes Outfit



Linkes Outfit



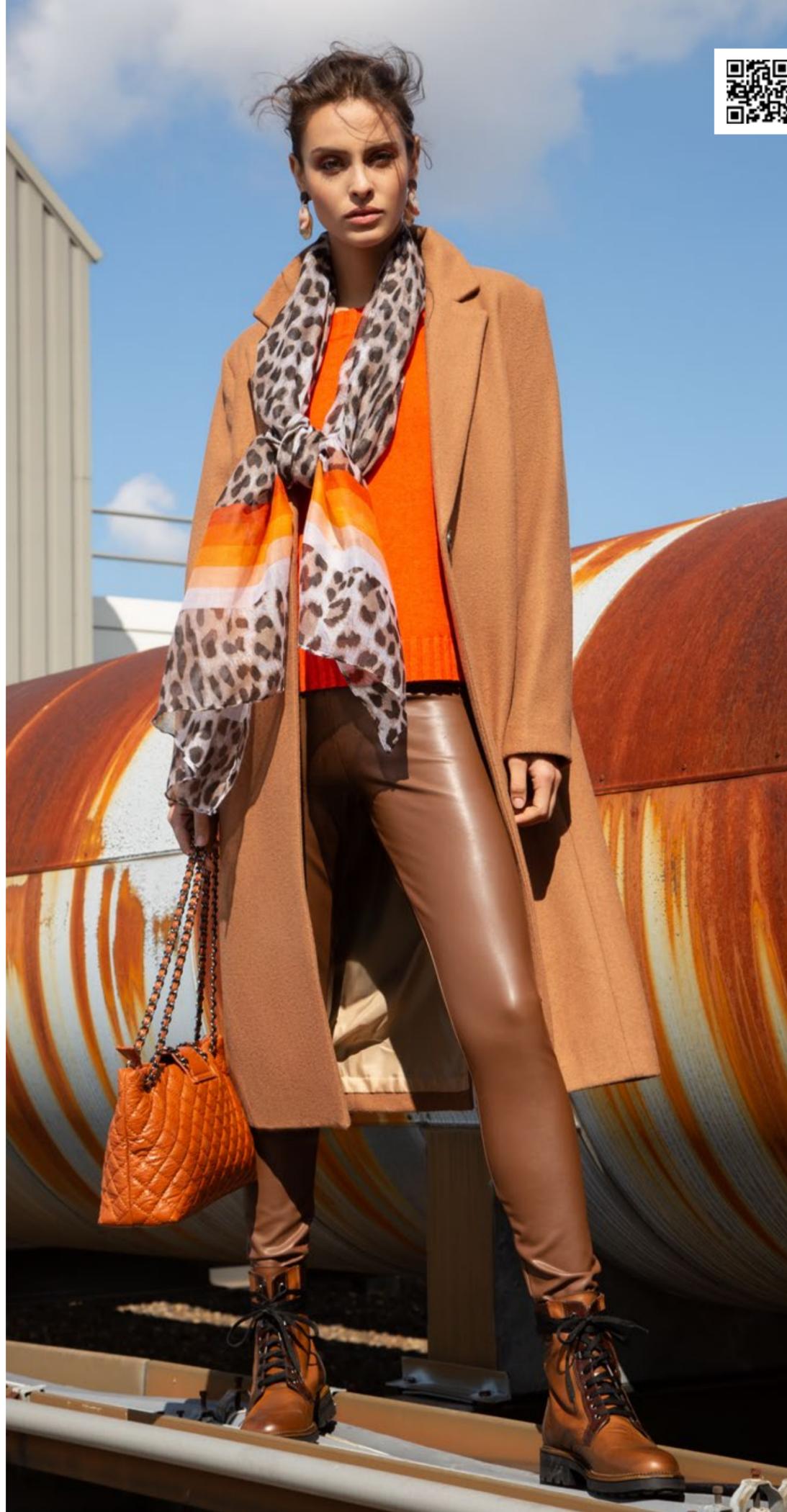
Rechtes Outfit

Mann: Kickdown by BayKon GmbH, 4. Etage, Raum 409
 Gürtel: AccO Textilvertriebs GmbH, 3. Etage, Raum 324

Frau: Missy by Tunika Mode GmbH, 1. Etage, Raum 133-136 · Kette + Armband: Giuno by Monopol Modevertriebs GmbH 2. Etage, 215-216

LINKE SEITE: Mann: DUVAR Fashion GmbH, 4. Etage, Raum 414-415 · Armband: Pretty Life GmbH, 1. Etage, 137-139
 Gürtel: AccO Textilvertriebs GmbH, 3. Etage, Raum 324

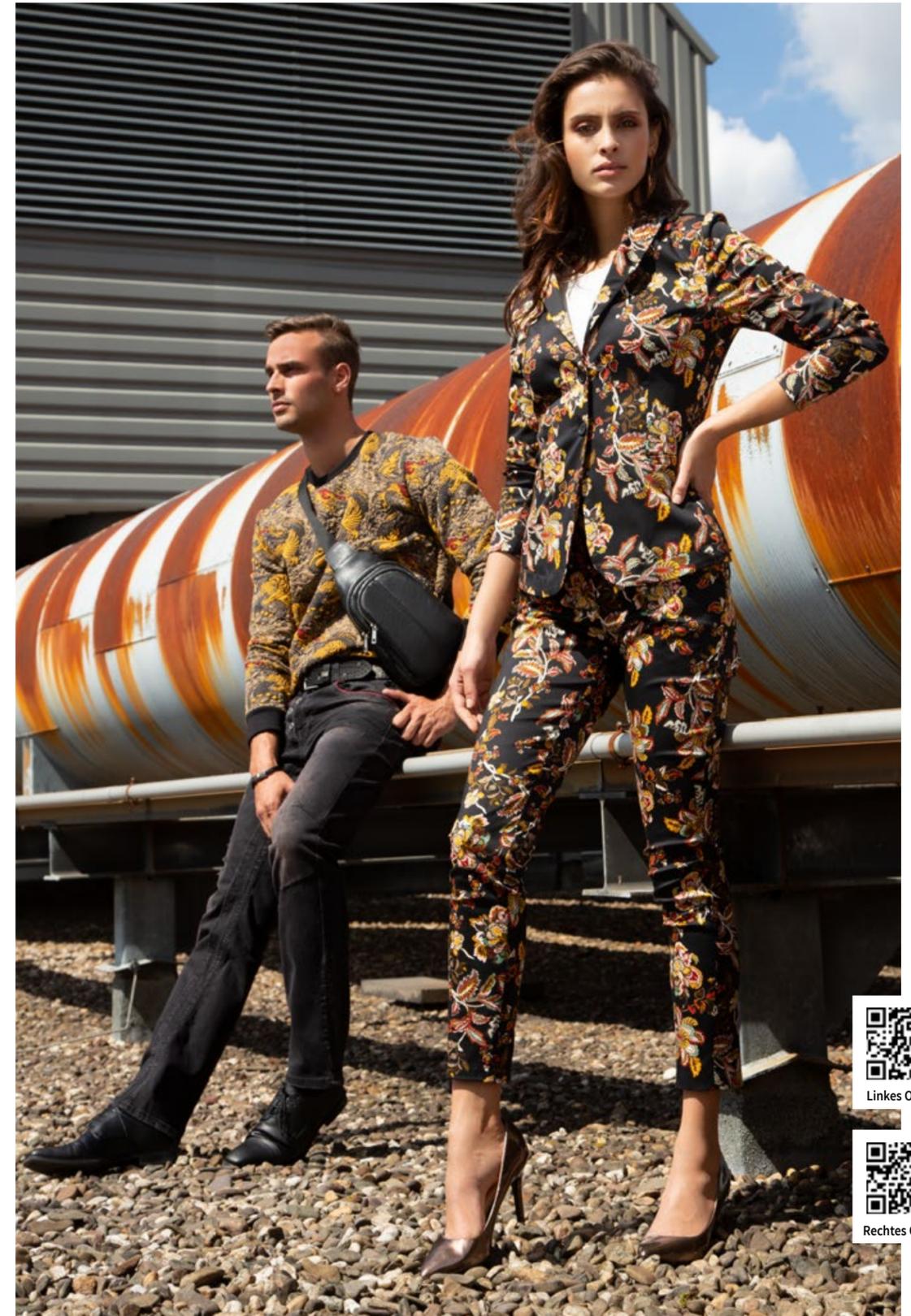
Frau: Magicienne, 4. Etage, Raum 439-440 · Ohrringe: Giuno by Monopol Modevertriebs GmbH 2. Etage, 215-216



LINKE SEITE: High Speed Fashion GmbH, 2. Etage, Raum 246
 Schuhe: Biondini, 1. Etage, Raum 114 · Ohrringe: Giuno by Monopol Modevertriebs GmbH & Co. KG, 2. Etage, Raum 215-216 · Tasche: Pretty Life GmbH, 1. Etage, 137-139 · Schal: Mona Accessoires & Mode GmbH, 3. Etage, Raum 307-312

Mann: Rusty Neal by Rocas GmbH, 4. Etage, Raum 412 · Armband: Pretty Life GmbH, 1. Etage, 137-139
 Gürtel: Rusty Neal by Rocas GmbH · Tasche: W & H Fashion GmbH, 5. Etage, Raum 509-510

Frau: nl fabriek, 5. Etage, Raum 511 · Ohrringe: Giuno by Monopol Modevertriebs GmbH & Co. KG, 2. Etage, Raum 215-216



Linkes Outfit



Rechtes Outfit

trend



imoteX

ON THE ROOFTOP

trend



F Fashion GmbH, 1. Etage, Raum 118-119 · Tasche: W & H Fashion GmbH, 5. Etage, Raum 509-510
Ohringe: Pretty Life GmbH, 1. Etage, 137-139



**Ania
Collection GmbH**
Breslauer Str. 8
41460 Neuss
2. Etage · Raum 247
Tel: +49 (0) 2131/ 125 6500
Fax: +49 (0) 2131/125 6507
E-Mail: ania-collection@live.de

FASHIONABLE KNITWEAR

STRICK ALS NEUES IT-PIECE

Von „Statement-Strick“ und „Strick 2.0“ ist in den Modemagazinen die Rede. Alle sind sich einig, dass das Thema im Herbst/Winter ein Top-Trend wird. Zu Recht, denn hier geht es nicht nur um Wärme und Wohlfühl, sondern um modische Farben, neue Garne, interessante Strickbilder und technische Innovationen bei der Herstellung. Von schmalen Pullovern mit eingearbeiteten Elementen und weiten Grobstrick-Modellen aus flauschigen Garnen über Kleider bis hin zu lässigen Cardigans in unterschiedlichen Längen reicht die Produktpalette. Die Farben sind herbstlich: Senf, Lachs, Orange, Rot, Tannengrün und Beige in harmonischen Nuancen dominieren. Kontraste setzen leuchtendes Pink und Türkis. Mit Accessoires wie kuscheligen Schals und Loops, Handschuhen und Mützen zeigt Strick dann seine winteraugliche Seite.



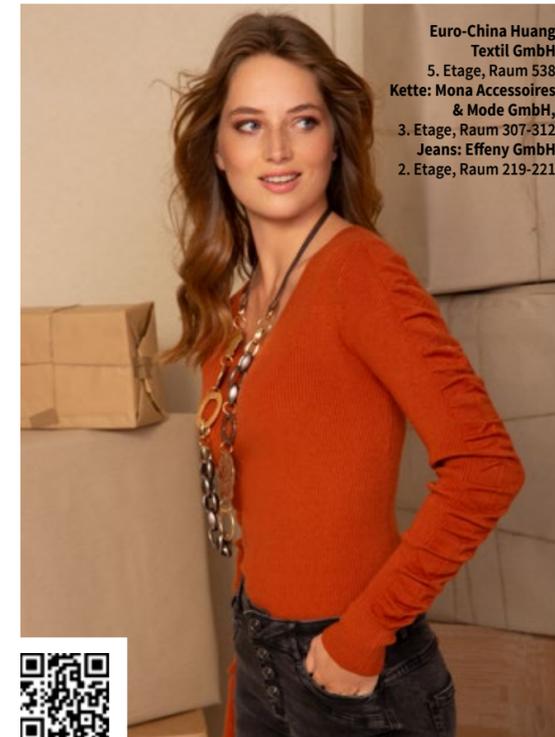
Len's Couture GmbH
2. Etage, Raum 213-214
Schuhe: Biondini
1. Etage, 114
Ohrringe:
Len's Couture GmbH
2. Etage, Raum 213-214



Yalinex
5. Etage, Raum 508
Armband:
Giuno by Monopol Mode-
vertriebs GmbH & Co. KG,
2. Etage, Raum 215-216
Ohrringe:
Pretty Life GmbH
1. Etage, 137-139
Jeans: Effeny GmbH
2. Etage, Raum 219-221
Schal: Yalinex
5. Etage, Raum 508



Kimmy Jeans
4. Etage, Raum 438
Kette: Mona Accessoires
& Mode GmbH
3. Etage, Raum 307-312
Ohrringe: Giuno by
Monopol Modevertriebs
GmbH & Co. KG
2. Etage, Raum 215-216
Jeans: Effeny GmbH
2. Etage, Raum 219-221



Euro-China Huang
Textil GmbH
5. Etage, Raum 538
Kette: Mona Accessoires
& Mode GmbH,
3. Etage, Raum 307-312
Jeans: Effeny GmbH
2. Etage, Raum 219-221



Shiva Handels GmbH
5. Etage, Raum 523-524
Kette: Mona
Accessoires
& Mode GmbH,
3. Etage, Raum 307-312
Ohrringe:
Giuno by Monopol
Modevertriebs GmbH
& Co. KG, 2. Etage,
Raum 215-216
Jeans: Effeny GmbH
2. Etage, Raum 219-221



5people's by
Italiatex GmbH
4. Etage, Raum
401-402/450-455
Schuhe: Biondini
1. Etage, 114
Tasche:
Pretty Life GmbH
1. Etage, 137-139





Da Capo
Textilhandel GmbH
1. Etage, Raum 144-145
Kette + Armband:
Giuno by Monopol Mode-
vertriebs GmbH & Co. KG,
2. Etage, Raum 215-216
Tasche:
W & H Fashion GmbH
5. Etage, 509-510



Cristaltex
2. Etage,
Raum 203-204/250-253
Schuhe: Biondini
1. Etage, 114



PK Fashion
2. Etage, Raum 217-218
Ring: Giuno by Monopol
Modevertriebs GmbH
2. Etage, 215-216



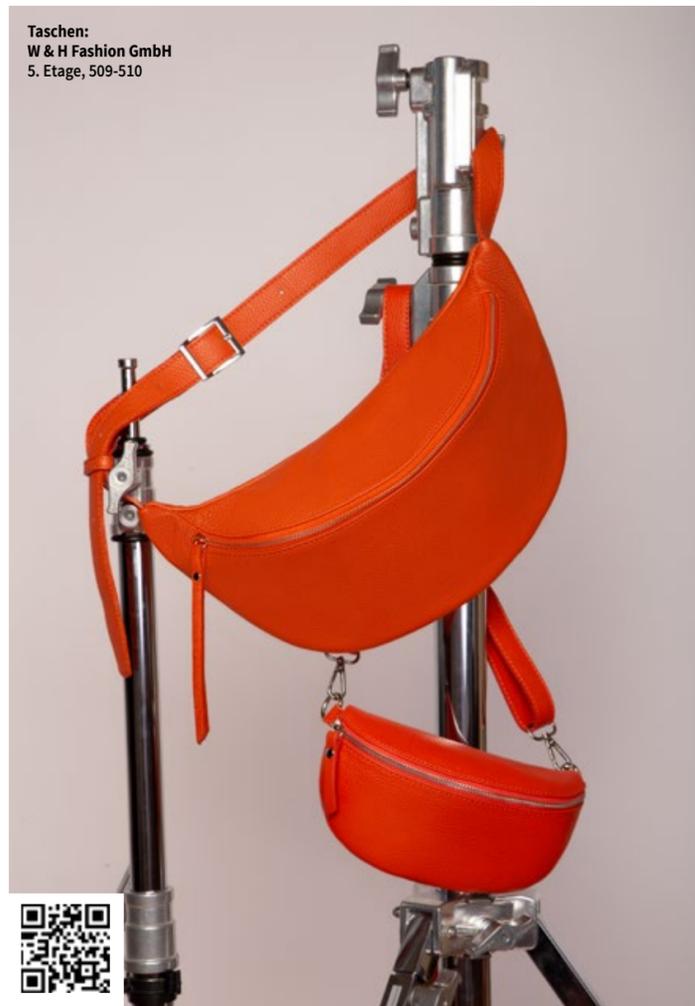
GRAPHIC DESIGNS

HERBSTFARBEN IN MODERNEN MUSTERN

Hahnentritt, Karos, Linien, Streifenmix – alles nicht neu und gleichzeitig doch. Denn dank der Umsetzung der grafischen Muster in neuen Bildern und aktuellen Herbsttönen wirken die Dessins jung, frisch und unverbraucht. Ob Pepita, Hahnentritt, Tartan, Glencheck oder Argyle, ob Zickzack oder Linien – so vielseitig wie die Muster sind auch die Farbkombinationen. Beige und Schwarz, Grau und Grün plus Leuchtfarben, matte Braun-Beige-Nuancen mit Blau oder leuchtender Gelb-Orange-Mix, alles ist denkbar. Bei der Zusammenstellung der Outfits ist aber zu beachten, dass die Graphic Designs an sich schon sehr ausdrucksstark sind. Deshalb ist weniger mehr: lieber mit unifarbene(n) Teilen kombinieren, was auch für die Accessoires gilt, die zwar leuchtend sein können, aber auf zusätzliche Muster verzichten sollten.



Olivia Fashion GmbH
5. Etage, Raum 525
Schuhe: Biondini
1. Etage, Raum 114
Kette + Armband:
Pretty Life GmbH,
1. Etage, 137-139
Tasche:
W & H Fashion GmbH
5. Etage, 509-510



Taschen:
W & H Fashion GmbH
5. Etage, 509-510



le **Kiwi**[®]



1. Etage
Raum 122-125



le Kiwi Modevertriebs GmbH

Breslauer Str. 8, 41460 Neuss Germany

Telefon: +49 (0) 2131 137 90

Lekiwi-office@lekiwi.de

www.lekiwi.de

DARK GREEN

SPAZIERGANG IM WALD

Grün sei die wichtigste Farbe des Jahrzehnts, erklärte neulich die renommierte Trendforscherin Li Edelkoort und nannte ihre Präsentation auch gleich „Green Wave“. Denn Grün bedeute Hoffnung und die Inspiration für die neuen Töne komme direkt aus der Natur. Das gilt auch für die Dark Green-Palette des kommenden Herbst/Winters. Während im Frühjahr/Sommer eher elektrisierende, leuchtende Nuancen gefragt waren, finden sich jetzt dunkle Varianten, die an einen Spaziergang im Wald zu dieser Jahreszeit erinnern: Tannennadeln, Blätter, Farne und Moose standen Pate, mal in klaren Grüntönen, mal mit braun- oder blautichiger Abwandlung. Allen gemein ist, dass sie die perfekte Basis für

„Grün ist die wichtigste Farbe des Jahrzehnts!“

Li Edelkoort, Trendforscherin

die Kombination mit anderen Tönen bilden, ob mit leuchtenden Farben wie Gelb oder Orange oder mit harmonischen wie Beige und Braun.



LEO LOOK FOREVER

ANIMAL IST IMMER IN



Le Kiwi
1. Etage
Raum 122-124

Tasche groß:
Pretty Life
1. Etage,
Raum 137-139
Tasche klein:
W & H
5. Etage,
Raum 509-510
Schal, Hut:
Mona Accessoires &
Mode GmbH
3. Etage,
Raum 307-312



Wasabi Wear GmbH
1. Etage, 140-141
Kette: Pretty Life
1. Etage, 137-139

MODERN PRINTS

FANTASIE FÜRS OUTFIT

Ausdrucksstarke Printmuster ziehen die Blicke auf sich und geben dem Look eine fantasievolle, individuelle Note, zum Beispiel durch die angesagten floralen Dessins mit Blättern und Blüten. Grafische Muster aus Linien, Buchstaben oder Worten sind ebenso zu finden wie Punkte oder geometrische Elemente.

Ein kreatives und unerschöpfliches Thema, das bei der Farbzusammenstellung anfängt, über die Druckmotive reicht und bis hin zum Modell geht, das daraus entsteht: Shirts, Blusen, Kleider, leichte Jacken und Blazer oder auch dekorative Schals – die bedruckten Stoffe finden die unterschiedlichste Verwendung.



New Jersey
EG, B 01/B 03
Schuhe: Biondini
1. Etage, Raum 114
Kette: Giuno by
Monopol Modevertriebs
GmbH & Co. KG,
2. Etage, Raum 215-216
Tasche: W & H
5. Etage, Raum 509-510



Fashion Stylee
4. Etage, 448-449
Tasche: W & H
5. Etage,
Raum 509-510
Schal: Mona
Accessoires &
Mode GmbH
3. Etage,
Raum 307-312



Sitara Textil GmbH
5. Etage,
Raum 518-519
Armband, Ohrringe:
Giuno by Monopol
Vertriebs GmbH
2. Etage,
Raum 215-216
Tasche: W & H
5. Etage,
Raum 509-510

Wer glaubt, die Liebe zum Wildkatzenlook müsste mal ein Ende finden, sieht sich getäuscht, denn diese Liaison hält ewig. Die Trendsetterin setzt weiterhin auf Leo als modisches Statement und findet dafür jede Menge Möglichkeiten. Vor allem Kleider, Blusen und Shirts sind in verschiedenen Animal-Prints erhältlich, doch auch als Detail überzeugen sie. Daneben finden sich die Muster auch bei Übergangsmänteln und Hosen. Vor allem aber sind sie nach wie vor ein großes Accessoires-Thema: Von Pumps über Sneaker, Stiefel und Stiefeletten, Rucksäcke und Umhängetaschen, Tücher, Schals und Hüte bis hin zu Modeschmuck reicht das Angebot.

Lucky Style GmbH
2. Etage, Raum 227
Ring, Ohrring:
Giuno by Monopol
Modevertriebs GmbH
2. Etage, Raum 215-216
Tasche:
Pretty Life GmbH
1. Etage, Raum 137-139



ALL-TIME-BASICS

DENIM GEHT IMMER

Version Textil Import
Export GmbH
2. Etage, 248-249
Kette:
Pretty Life GmbH
1. Etage,
Raum 137-139
Armband:
Giuno by Monopol
Modevertriebs GmbH
2. Etage,
Raum 215-216



Rostock Mode
2. Etage, Raum 226
Schuhe: Biondini
1. Etage, Raum 114
Armband, Ohrring:
Giuno by Monopol
Modevertriebs GmbH
2. Etage, Raum 215-216
Tasche: Ailia GmbH
3. Etage, Raum 350-351



Das Trendportal „Stylebob“ bezeichnete sie jüngst als „All-Time-Basics“ und Recht hat es: Jeans sind immer passend und können je nach Styling vom Büro bis ins Theater getragen werden. Das ist auch in dieser Saison nicht anders und entsprechend groß ist das Angebot. Kleider können mal rockig mit Nieten, mal cityfein sein, Röcke kniekurz oder wadenlang. Bei den Hosen ist der Bund deutlich höher in Richtung Taille versetzt, und häufig sind sie am Bein weiter geschnitten. Verzierungen mit Längsstreifen wirken dekorativ, ausgefranste oder gekrempelte Säume dagegen lässig. Die klassische, kurze Jeansjacke ist ein Must-Have, das über dem Kleid getragen wird oder im Sinne des Komplettoutfits zur Hose. Auch das modische Beiwerk überzeugt aus Denim, angefangen beim Hut über Stiefeletten bis hin zu Gürteltaschen oder Rucksäcken.



Never Mind
Modevertrieb GmbH
EG, B04 B
Kette:
Mona Accessoires &
Mode GmbH
3. Etage, Raum 307-312



Bhatti Moden GmbH
EG, B 02/B 04 A
Kette, Ohrring:
Giuno by Monopol Mode-
vertriebs GmbH
2. Etage, Raum 215-216





Bubble
4. Etage,
Raum 423



Chalona GmbH
5. Etage, Raum 542-543
Schuhe: Biondini
1. Etage, Raum 114



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



Miss Glamour MG GmbH
1. Etage, Raum 109/110
Ohrringe:
Giuno by Monopoli
Modevertriebs GmbH
2. Etage, Raum 215-216
W & H Fashion GmbH
5. Etage, Raum 509-510



Schuhe: Biondini
1. Etage,
Raum 114
Tasche:
Pretty Life GmbH
1. Etage,
Raum 137-139
Gürtel:
Ailia GmbH
3. Etage,
Raum 350-351



BLACK MEETS WHITE

DER BELIEBTE MODEKLASSIKER

Die Lieblingskombi vieler Frauen gibt auch im Herbst/Winter modisch den Ton an. Dabei zeigt sich das Schwarz/Weiß-Thema von den unterschiedlichsten Facetten: romantisch, klassisch, clean oder jung umgesetzt, mal mit deutlicher Abgrenzung, bei der jedes Kleidungsstück eine eigene Farbe hat, dann wiederum im Color-Blocking mit Streifen, eingesetzten Schnittteilen, Aufdrucken oder dekorativen Elementen. Auch mit zusätzlichen Farben ist das Thema ein Hingucker, zum Beispiel harmonisch mit Grau oder kontrastierend mit Rot oder Gelb. Nach wie vor beliebt sind auch die vielen Accessoires in Black & White.

coom
...design
SINNE[®] co.coom[®]
natural passion of design



UNSERE GRÖßEN
SIZE PLUS 38 - 60
JEDE WOCHE AKTUELLE WARE !!!

Coom ...design Vertriebs GmbH
Imotex · 5. Etage · Raum 547-549
Tel: +49 (0) 2131 130112 · WhatsApp: +49 (0) 162 3333175
Mobil: +49 (0) 162 3333 175 · Fax: +49 (0) 2131 130212
E-Mail: coom@hotmail.de



BLACK MEETS WHITE GRAPHICS

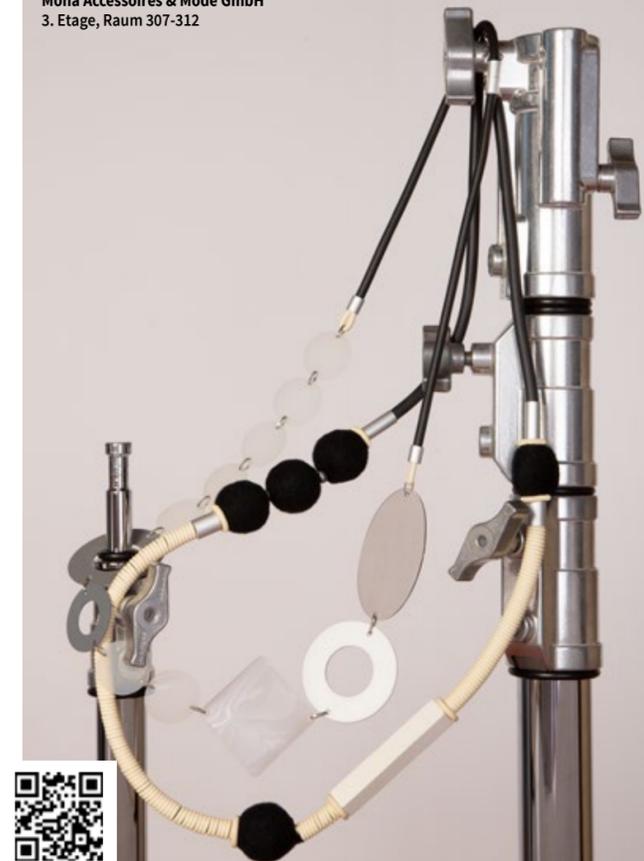
STREIFEN, PUNKTE, WILDE MUSTER



Was ist die gekonnte Weiterführung des Themas Black meets White? Die Umsetzung in grafischen Mustern. Hier finden sich zahlreiche unterschiedlich breite Streifendessins, die entweder nur längs angeordnet sind oder in verschiedenen Winkeln zueinander. Auch Punktdessins, geometrische Formen, Buchstaben und Schriftzüge eignen sich perfekt. Toll zu kombinieren und ideal mit klaren Farben zu akzentuieren, bringen die Graphics spannende Optiken ins Modebild.



Mona Accessoires & Mode GmbH
3. Etage, Raum 307-312



LET'S ROCK

MODE MIT COOLNESS

Lässige Outfits für coole Girls: Die wichtigsten Zutaten sind Denim und Leder. Diese werden zu schmalen Lederhosen oder Jeans im Skinny-, Boyfriend- und Bootcut-Schnitt verarbeitet, dazu kommen kurze Jacken im Biker-Stil, die einfach unverzichtbar sind. Sie wirken durch eingearbeitete Reißverschlüsse, Druckknöpfe und Schmuckelemente aus Metall besonders rockig. Darunter passen Kapuzenshirts sowie unifarbene oder bedruckte Statement-Shirts, wobei ein weißes Modell der Klassiker ist. Dieses Thema lebt extrem stark vom Styling: Auch hier ist Lässigkeit angesagt. Bikerstiefel, derbe Boots mit Nieten, Plateaustiefeletten mit dicken Sohlen, Rucksäcke, Gürteltaschen und Beutel mit dekorativen Reißverschlüssen und Nieten unterstreichen den Look ebenso wie breite Gliederketten und Lederarmbänder.



Patago by Gür-Tex
1. Etage, Raum 115-117
Armband & Ohrringe:
Pretty Life GmbH
1. Etage, Raum 137-139
Ring: Giuno by Monopol
Modevertriebs GmbH
2. Etage, Raum 215-216
Tasche: W & H Fashion GmbH
5. Etage, Raum 509-510



T & C Jeans by
HUA SHENG C.H.E.N.G. GmbH
EG, Raum B 05/B 11
Ohrringe, Armband & Tasche:
Pretty Life GmbH
1. Etage, Raum 137-139



Mone's Textilhandels GmbH
2. Etage, Raum 201-202
Shirt: Mobi Fashion GmbH
2. Etage, Raum 254-255
Kette: Pretty Life GmbH
1. Etage, Raum 137-139
Armband & Ohrring:
Giuno by Monopol
Modevertriebs GmbH
2. Etage, Raum 215-216



New Star
2. Etage, Raum 233-235
Schuhe: Biondini
1. Etage, Raum 114
Tasche:
W & H Fashion GmbH
5. Etage,
Raum 509-510



Tasche Links: Ailia GmbH
3. Etage, Raum 350-351
Tasche Rechts: W & H
Fashion GmbH
5. Etage, Raum 509-510
Tasche Unten: Pretty Life GmbH
1. Etage, Raum 137-139



Sweet Lover
made in italy



SWEET LOVER
GMBH & CO. KG
Herr Ming · 5. Etage · Raum 503-507
Breslauer Str. 8 · 41460 Neuss
Tel.: +49 (0) 2131 316 2235
WhatsApp: +49 (0) 176 60387578
E-Mail: sweetlovergmbh.co.kg@gmail.com

AFTER JOB PARTY

CHIC VON FRÜH BIS SPÄT

Im modernen Alltag ist eine Mode gefragt, die sich unkompliziert den jeweiligen Lebensumständen anpasst. Man will morgens ins Büro, dann schnell in die Stadt und abends zum After Work-Cocktail, ohne sich groß umziehen zu müssen. Zum Glück gibt es genug „modische Alleskönner“, die diesem Wunsch entsprechen. Diese Kleidung hat an sich schon eine schicke Note und mit ein paar kleinen Handgriffen ist sie ganz leicht abendtauglich zu stylen. Das ist natürlich die Stunde der Accessoires: elegante Stiefel und Stiefeletten, ein paar hochhackige Pumps, edle Tücher und Schals, lange Ketten aus Perlen und Metall, kleine Täschchen oder eine Clutch – und schon hat sich der Tageslook in ein Abendoutfit verwandelt.



CAS CARA by Cherry's GmbH
1. Etage, Raum 126-128
Schuhe: Biondini
1. Etage, Raum 114
Kette: Pretty Life GmbH
1. Etage, Raum 137-139



Kette Links: Pretty Life GmbH
1. Etage, Raum 137-139
Kette Mitte & Rechts: Mona Accessoires & Mode GmbH
3. Etage, Raum 307-312



K square Creations UG (haftungsbeschränkt)
2. Etage, Raum 222-223
Armband: Giuno by Monopol Modevertriebs GmbH
2. Etage, Raum 215-216
Ohrringe: Pretty Life GmbH
1. Etage, Raum 137-139



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



VE&TO Concept
3. Etage, Raum 324
Armband: Pretty Life GmbH
1. Etage, Raum 137-139
Tasche: VE&TO Concept
3. Etage, Raum 324



Top Trend
EG, Raum B12
Kette: Pretty Life GmbH
1. Etage, Raum 137-139
Ring: Giuno by Monopol Modevertriebs GmbH
2. Etage, Raum 215-216

IN THE EVENING

ROBEN FÜR DEN BESONDEREN ANLASS



Noor Moden GmbH & Co. KG
5. Etage, Raum 515-517
Tasche: Noor Moden GmbH & Co. KG
5. Etage, Raum 515-517
Armband & Ohrringe: Pretty Life GmbH
1. Etage, Raum 137-139



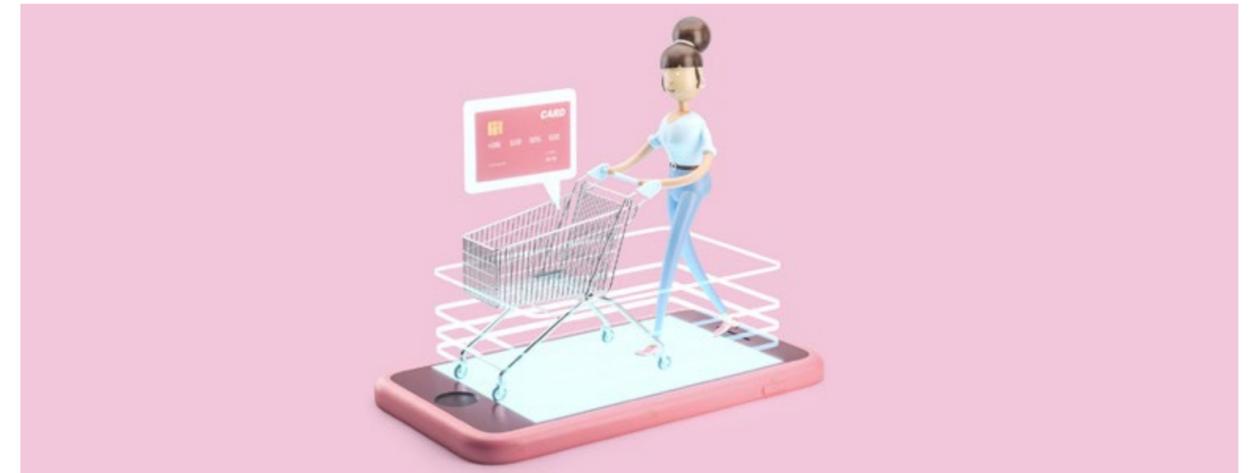
Mon Chéri
5. Etage, Raum 541
Tasche: Mon Chéri
5. Etage, Raum 525/541
Armband & Ohrringe: Pretty Life GmbH
1. Etage, Raum 137-139



D & J Collection
4. Etage,
Raum 410-411
Ohrringe: Pretty Life GmbH
1. Etage,
Raum 137-139
Armband: Giuno by Monopol Modevertriebs GmbH
2. Etage,
Raum 215-216



Das große Fest kann kommen, denn mit diesen edlen Roben ist man für den besonderen Anlass chic gekleidet. Dabei geht der Trend eher zu unauffälligen Farbtönen und reduzierter Dekoration. Was aber nicht heißt, dass die Trägerin mit dieser schlichten Eleganz nicht auffällt. Die langen Abendkleider mit ihren weit schwingendem Säumen, den tiefen, raffinierten Dekolletees und den fein bestickten und verzierten Oberteilen mit Perlen und Pailletten haben durchaus einen großen Glamourfaktor. Das gilt auch für die kurzen Cocktailkleider, die ebenso mit hohen Abendschuhen, feinen Riemchensandalen, kleinen Clutchs und glitzerndem Schmuck komplettiert werden.



Erfolgreiche Händler bespielen alle Kanäle

MIT VOLLER KRAFT INS ONLINE-MARKETING

Gestärkt aus der Coronakrise hervorgehen, das wünschen sich viele Händler. Dabei entwickelt sich Online-Marketing als wichtiges Werbetoil, das den Handel im Verkauf unterstützt. *Von Susanne Schaper*

Händler, die schon vor Corona im Online-Marketing tätig waren, sind natürlich im Vorteil, wenn es darum geht, neue Online-Ideen umzusetzen. Aber auch diejenigen, die in diesem Bereich bislang kaum aktiv waren, können die Online-Kommunikation zu ihren Kunden optimieren. Fünf effektive Tipps, die sich einfach umsetzen lassen:

Tip 1: Weiten Sie die Kommunikation aus

Ihre Kunden möchten wissen, welche Hygienemaßnahmen Sie getroffen haben, wann Ihr Geschäft aktuell geöffnet ist, ob es neue Rabattaktionen gibt oder angepasste Versandmöglichkeiten und wie die Beratung am Telefon vonstatten geht. Kanäle, über die Sie diese Infos teilen können, sind Ihre gut gepflegte Website, Ihre Social-Media-Kanäle oder Newsletter an Ihre Kunden.

Auch die persönliche Kommunikation nimmt einen großen Stellenwert ein. Bieten Sie zusätzliche Beratung am Telefon an oder Videoanrufe. Ihre Erreichbarkeit sollten Sie auf all Ihren Online-Kanälen und auf Ihrer Website stets aktuell halten. Reagieren Sie umgehend auf Fragen in Ihren Social-Media-Kanälen. Das gibt dem Kunden das Gefühl, bei Ihnen in guten Händen zu sein.

Tip 2: Schaffen Sie emotionalen Mehrwert

Mit gezielten Maßnahmen, die einen emotionalen Mehrwert schaffen, können Sie sich aktiv gegen die Online-Konkurrenz absetzen. Einfühlsame und motivierende Botschaften helfen dabei, Ihr Unternehmen bei Ihren Kunden positiv in Erinnerung zu rufen. Denkbar sind kurze Videos durch die Ihre Kunden hinter die Kulissen blicken können. Ideen sind: Was passiert, wenn neue Ware ankommt? Kleine Interviews mit den Mitarbeitern zu aktuellen Themen rund um Mode oder in



**KENNEN SIE DIE
IMOTEX APP?**
IMOTEX.DE/DE/APP/

Zusammenarbeit mit Ihren Lieferanten ein Video über den Produktionsprozess der Ware.

Tip 3: Forcieren Sie Werbemaßnahmen rund um saisonale oder regionale Ereignisse

Bekannte wiederkehrende saisonale Ereignisse wie Valentins-, Vater- oder Muttertag bieten sich von vornherein für Werbemaßnahmen an. Ungewöhnlicher und damit ein echter Hingucker sind Anlässe wie Kartoffel- oder Kürbisfest oder das Michaelsfest am 29. September. Für diese Feste können Sie sich auch mit Kollegen anderer Branchen zusammen tun und ein gemeinsames Event planen. Bieten Sie gegebenenfalls auch Gewinnspiele zu diesen Festen an.

Tip 4: Optimieren Sie Ihren Online-Shop

Das Wichtigste vorab: Niemals sollte Ihre Website komplett abgeschaltet sein. Ihre Kunden sollten immer die Möglichkeit haben, sich über Ihr Geschäft und Ihr Angebot zu informieren. Falls Sie Phasen mit weniger Frequenz im Laden haben, können Sie die Zeit nutzen, um Ihre Mode noch detaillierter darzustellen. Denken Sie daran: Auch Ihre Kunden haben jetzt möglicherweise mehr Zeit, sich in diversen Online-Shops zu informieren. Händler, die jetzt mehr Content liefern als die Konkurrenz, sind klar im Vorteil.

Tip 5: Setzen Sie Verkäuferinnen aus dem stationären Geschäft im Online-Shop ein

Denken Sie gegebenenfalls daran, eine technikbegeisterte Verkäuferin einzusetzen, damit diese im Online-Shop beraten kann. Videochats als persönliche virtuelle Beratungsleistung sind eine moderne Möglichkeit, mehr Absatz zu schaffen und neue Kunden an Ihr Unternehmen zu binden.



DECAY

4. ETAGE | RAUM 413

Decay Modevertrieb GmbH
WhatsApp: +49 152 51076548
Instagram: decay_official
Mail: shop@decay24.de
Shop: www.decay24.de





Einkaufen als soziales Erlebnis schafft mehr Umsatz

Mehr Erlebnis, Mehr Genuss, MEHR SOZIALER AUSTAUSCH

Der Handel musste in den letzten Monaten auf Zustände reagieren, die noch Anfang des Jahres undenkbar waren. Jetzt heißt es reflektieren, nach vorne blicken und den Kunden ein inspirierendes Einkaufserlebnis verschaffen. *Von Susanne Schaper*

Klar ist, die Wirtschaft wird in diesem Jahr nicht nur stagnieren, sondern vermutlich sogar im zweistelligen Prozentbereich zurückgehen. Ein Blick zurück auf das Jahr 2008, dem Jahr der weltweiten Finanzkrise, hilft, die Folgen der jetzigen Krise nicht nur zu überwinden sondern auch die Chance zu nutzen, die darin steckt.

Auch 2008 wirkte sich die Krise – wengleich mit einer gewissen Verspätung – auf die Realwirtschaft aus. Zwei wichtige positive Erkenntnisse lassen sich aus der Zeit danach ziehen: Zum einen hatte sich der Konsum privater Haushalte nach einer kurzen Periode der Zurückhaltung schnell erholt und bereits im zweiten Jahr danach das Vorkrisenniveau überschritten. Zum anderen führte das Überwinden der Krise zu einem „Nachholeffekt“ bei den Kunden, die ihr Kauf- und Erlebnisbedürfnis um so stärker stillten und sich ganz bewusst mehr gönnten. Auch jetzt rechnen Wirtschaftsexperten damit, dass die Kunden verstärkt konsumieren werden und erwarten eine starke Konsumwelle vor allem zum Weihnachtsgeschäft.

Schon jetzt ist absehbar, dass sich die Welt des Modehandels in den nächsten Monaten an vielen Stellen deutlich verändern wird. E-Commerce-Geschäfte werden weiter an Bedeutung gewinnen. Kunden sind verstärkt im Netz unterwegs und haben ein riesiges Informationsbedürfnis. Das muss aber nicht bedeu-

ten, dass der stationär ausgerichtete Modehandel benachteiligt sein muss.

Die letzten Monate haben auch gezeigt, dass die wochenlange Isolation und das „Social Distancing“ ein Verlangen nach menschlichen Interaktionen – und auch nach Konsum erzeugt haben. Kunden gehen nicht unbedingt einkaufen, weil sie etwas brauchen, sondern weil sie etwas vom Leben mitbekommen wollen. Sie bringen dem sozialen Austausch beim Shoppen stärkere Wertschätzung entgegen als zuvor und kreieren hierdurch neue Formen des sozialen Miteinanders.



IMOTEX SOCIAL MEDIA KANÄLE
[HTTPS://L.EAD.ME/IMOTEX_SOCIALMEDIA](https://l.ead.me/imotex_socialmedia)

Mehr denn je sollte Einkaufen zu einem besonderen Erlebnis werden. Der neue Shop sollte eine öffentliche Bühne sein – für neue Ideen, für die Mode und vor allem für die Kunden. Der Ideenvielfalt sind hier keine Grenzen gesetzt und reichen von ausgefallener Ladengestaltung mit ausgewählten Schaufensterpuppen bis hin zu Hightech-Umkleidekabinen, die beim Anprobieren der Sachen verschiedene Atmosphären einblenden und mit denen die Kundin überprüfen kann, ob das ausgewählte Kleid besser auf einer Strandparty oder in der Oper wirkt. Idealerweise erfährt der Kunde im Laden nicht nur, was gerade das Trendigste und Modischste ist, sondern auch, welche Themen im kulturellen, künstlerischen und politischen Bereich unsere Welt beschäftigen. Die Kunden sollen sich inspirieren lassen, sich geborgen fühlen und – am Ende dann mit einem schönen neuen Teil das Geschäft verlassen.

Werbung mit Haltung und Nähe zum Kunden

Die letzten Monate haben den Handel gezwungen, seine Marketingstrategien zu überdenken, anzupassen und sich den eigenen Kunden persönlicher und nahbarer zu zeigen. Wer das richtig macht, wird mit seinen Kunden näher zusammen rücken und sie viel enger binden als jemals zuvor.

Von Susanne Schaper

Viele Werbebudgets sind in den letzten Monaten geschrumpft. Aber auch mit einem kleinen Etat lässt sich eine große Wirkung erzielen. Es kommt für den Handel darauf an, sich zu fokussieren und gezielte Marketingmaßnahmen zu ergreifen.

Sechs Tipps, um den Kunden zu erreichen:

Tipp 1: Verwenden Sie Botschaften mit ehrlicher Haltung

Egal, welche Maßnahme Sie ergreifen: Botschaften, die eine ehrliche Haltung demonstrieren, kommen bei den Kunden derzeit an und erhöhen den Beliebtheitswert des Händlers. Fröhliche Kampagnen, die Menschengruppen zeigen, Partys im Freien, Frauen beim Shoppen und all das, was gerade tabu ist, sind fehl am Platze. Das bedeutet nicht, dass Werbung düster sein muss. Selbstfürsorge, Fitness und menschliche Verbindung sind Themen, mit denen der Handel jetzt punkten kann.

Tipp 2: Zeigen Sie Gesichter

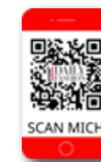
Menschen mögen Menschen. Machen Sie sich das zunutze und lassen Sie ein Foto von der versammelten Mannschaft anfertigen, das alle Mitarbeiter vor oder im Ladenlokal zeigt. Darunter die Botschaft: „Zusammen sind wir stark!“ oder „Wir sind für Sie da!“ Verbreiten Sie das Foto auf Ihren Werbekanälen. Oder lassen Sie jeweils ein Foto einer Mitarbeiterin machen mit der Botschaft: „Ich liebe Mode, weil...“ oder „Ich liebe Modehaus xy, weil...“

Tipp 3: Treten Sie durch Social Media Dienste persönlich in Kontakt

Viele Kunden möchten derzeit wegen der Ansteckungsgefahr durch Corona keine Ladenlokale und Geschäfte besuchen, daher müssen andere Wege der Beratung gefunden werden. Hier eignen sich WhatsApp oder Facetime ausgezeichnet, um mit den Kunden auch persönlich in Kontakt zu treten oder Waren anzupreisen. Aber auch ein Chat über Instagram oder Facebook kann die Kommunikation erleichtern und zu einem Verkauf einer neuen Bluse oder Hose führen.

Tipp 4: Veranstalten Sie virtuelle Modenschauen

Virtuelle Events sind eine prima Möglichkeit, den Kontakt zum Kunden zu halten. Plattformen wie Zoom oder Skype bieten die Möglichkeit, zum Beispiel eine Modenschau im eigenen Geschäft zu veranstalten und dazu die Kunden einzuladen, die bequem von zu Hause am Event teilnehmen können.



KENNEN SIE DIE IMOTEX APP?
[IMOTEX.DE/DE/APP/](https://imotex.de/de/app/)

Tipp 5: Prüfen Sie Ihre Werbebotschaften

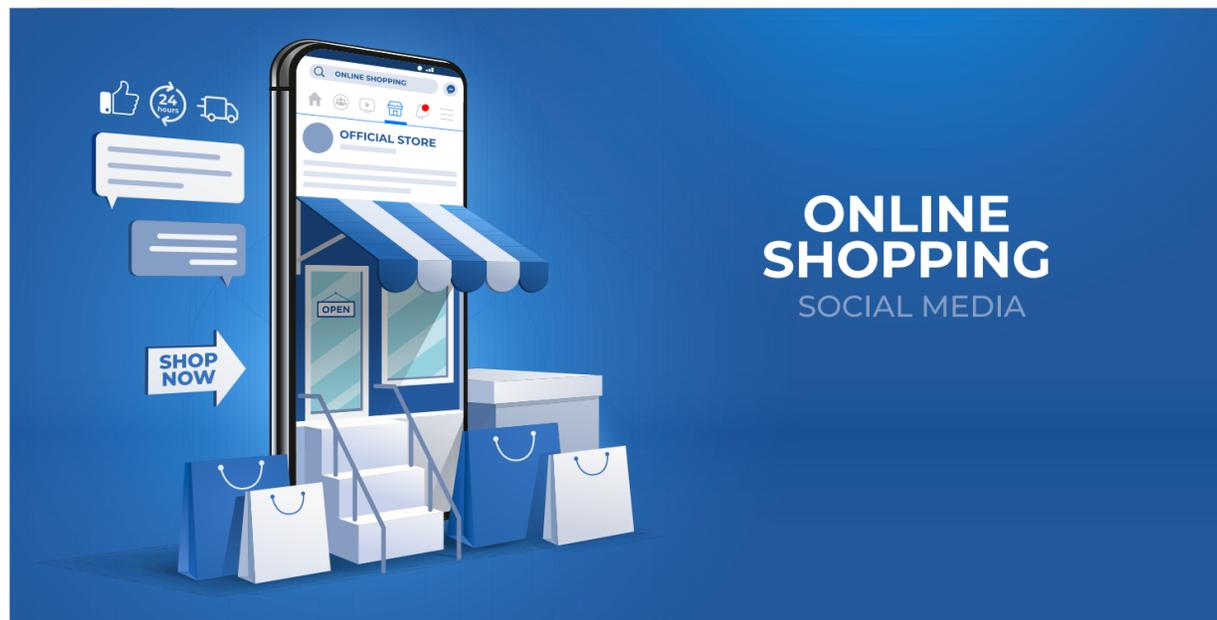
Für den Kunden ist es wichtig zu wissen, ob es die Möglichkeit gibt, sich eine Auswahl an Mode nach Hause liefern zu lassen. Die aktuellen Geschäftszeiten, Verfügbarkeiten und Erreichbarkeit sind für die Kunden weitere wichtige Informationen.

Tipp 6: Betreiben Sie Linkmarketing

Erfolgreiche Händler arbeiten branchenübergreifend mit Kollegen zusammen und unterstützen sich gegenseitig, in dem sie sich auf ihren Internetseiten verlinken und auf Aktionen hinweisen.



Auch mit kleinem Werbebudget lässt sich große Wirkung erzielen.



Shopping-Erlebnis auf Facebook und Instagram.

EINKAUFSMEILE

IN DER FACEBOOK-FAMILIE

Sind Facebook und Instagram Ihre bevorzugten Social Media Plattformen?
Dann kann Ihr E-Commerce starten! *Von Kirsten Reinhardt*

Seit Mitte des Jahres können Unternehmen kostenlos einen Online-Shop bei Facebook eröffnen. Auch die Facebook-Töchter Instagram und WhatsApp ziehen mit. Der große Vorteil: Alles ist miteinander verknüpft und technisch automatisiert – das spart Zeit und Aufwand und macht den Online-Shop als Ergänzung zum Retail möglich. Die Shops werden bei Facebook oder Instagram eingerichtet, und die Kommunikation erfolgt über den Facebook-Messenger, die Instagram-Chatfunktion oder WhatsApp. Kombiniert mit einer spitz ausgewählten Zielgruppe in der Online-Werbung (Targeting) könnte Facebook in Zukunft selbst Amazon und Ebay als Konkurrenten schlagen.

Die Shop-Einrichtung baut auf die Business-Versionen der Plattformen auf und ist selbsterklärend. Wenn Sie Logo, Fotos und Texte vorbereitet haben, erstellen Sie den Shop in einer Stunde. Aufwändiger ist die Bestückung des Katalogs mit Warenfotos und passenden Texten. Vorher sollten Sie eine Online-Verkaufsstrategie festlegen, sonst wird das Angebot beliebig. Starten

Sie mit einem kleinen Produktschwerpunkt, und testen Sie kontinuierlich – vielleicht mit einer Stärke Ihres Geschäfts! Auch für den Shop gilt, dass die emotionale Ansprache zum Erfolg beiträgt. Unterhaltung und Empathie sind Pflicht: Spaß für die Kunden beim Stöbern von Mode und Lifestyle-Ideen. Spaß für Sie bei der Produktion von Content mit individuellen Fotos, Videos und knackigen Texten. Und wie werden Sie gefunden? Über den Facebook Shop, die Facebook-Seite oder den Instagram-Account. Oder Sie werden über Stories und Anzeigen entdeckt.

“ Facebook geht in Konkurrenz zu Amazon und Ebay. “

Während es in den USA bereits möglich ist, den Verkauf direkt über Facebook abzuwickeln, ist der Bezahlprozess in Deutschland auf diese Weise aus rechtlichen Gründen noch nicht möglich. Kunden werden bei einem Bestellvorgang auf Ihre Website mit Shop oder zu Partnern geleitet wie Shopify, BigCommerce oder WooCommerce. Dritte Alternative: Sie erhalten eine „Nachricht zum Kauf“, und Sie einigen sich mit dem potentiellen Kunden über die Abwicklung von Bezahlung und Versand persönlich.

Details und Erklärvideos auf der Website:
www.facebook.com/business/industries/retail

Hinweis: Rechtlichen Fallstricke beim Verkaufen über Facebook:
www.e-recht24.de/artikel/ecommerce/10452-haendler-facebook-online-shop.html

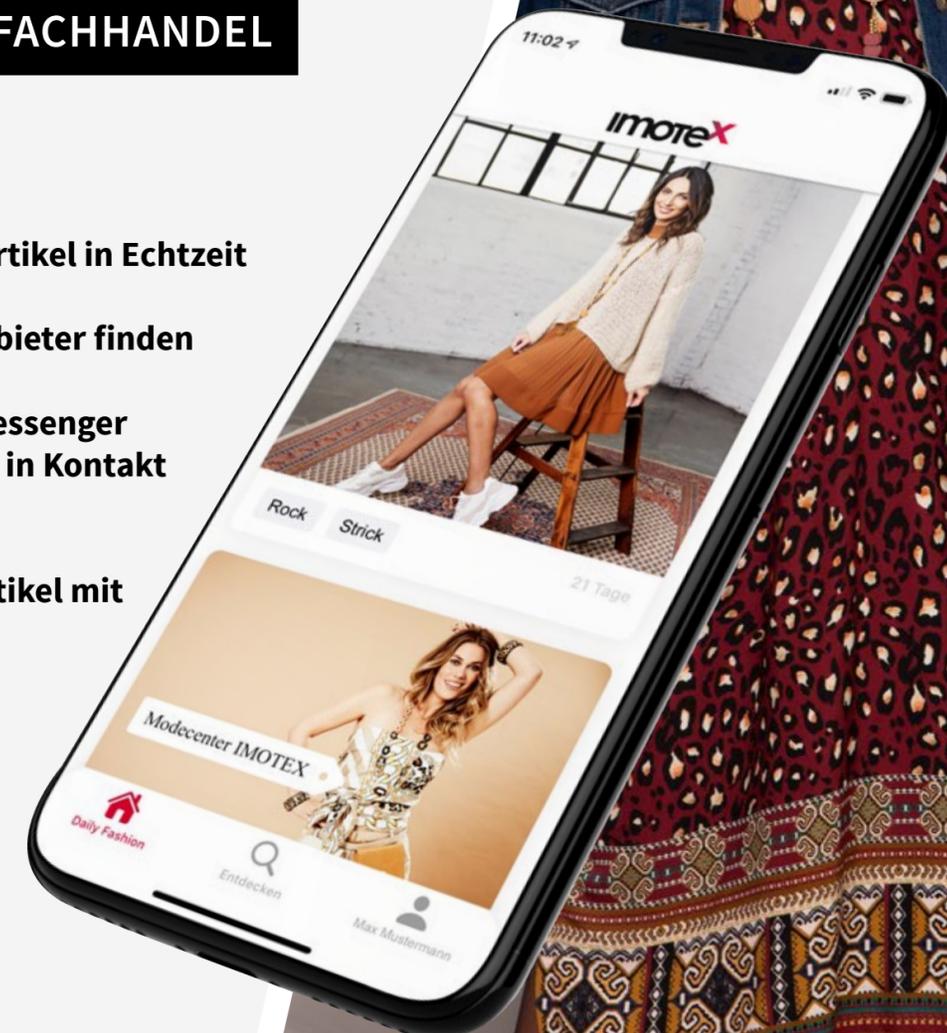
ERSTE ALL-IN-ONE-APP FÜR

SOFORTWARE

IM PRONTO MODA-FACHHANDEL

Ihre Vorteile:

- 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



App laden

MEHR INFOS UNTER:
IMOTEX.DE/DE/APP/

imotex
DAILY FASHION APP

REDAKTIONSPLAN FÜR DEN PERFEKTEN CONTENT

Mit einem strategischen Redaktionsplan über alle Channels wird Content Marketing professionalisiert.
Kirsten Reinhardt gibt Tipps für den perfekten Auftritt.

Zuerst werden die meisten Social-Media-Profilen mit großem Elan erstellt. Im Laufe der Zeit werden es immer weniger Beiträge, weil die spannenden Inhalte fehlen. Nur einen Modeartikel zu fotografieren, der neu in den Laden kommt, reicht nicht. Damit kann man keine Fans generieren. Content hat mit Marketing zu tun, mit der eigenen Unternehmensphilosophie und vor allen Dingen – mit einem Plan. Die Ideenfindung, die empathisch informiert, berät und unterhält, zählt zu den täglichen Herausforderungen eines Social Media-Managers.

Welche Content-Strategie haben Sie? Wie viel Zeit wollen Sie investieren? Postet auch ein Mitarbeiter Beiträge und Stories? Diese Fragen können Sie mit einem Redaktionsplan über alle Channels festlegen. Ein Redaktionsplan lässt sich leicht erarbeiten, z.B. mit dem Google Kalender oder der Kalender-Funktion Ihres Mailprogramms. Gehen Sie strategisch vor, und planen Sie regelmäßige Formate für die einzelnen Wochentage – dann reicht eine sich wiederholende Wochenplanung aus. Geben Sie jeder Social Media Plattform eine eigene Farbe, auch der Person, die sie füllt. Dort sollte auch der Mediaplan mit der bezahlten Werbung eingetragen werden.

Bespielen Sie Ihre Social Media-Kanäle mit interessantem Text und stellen Sie Ihren Usern Fragen. Fotos und Alben sind Pflicht, und Videos werden immer wichtiger. Drehen Sie die Videos in aller Ruhe, wenn im Geschäft wenig los ist – planen Sie diese zum richtigen Zeitpunkt. Ein weiteres Feature in der Facebook-Familie ist „Live-Streaming“. Wer im Handel das Talent zum Verkaufen hat, sollte das ausprobieren. Posten Sie, wenn die Zielgruppe online ist – das zeigt das Analytics Tool auf. Grundsätzlich gilt: Werten Sie aus, und wiederholen Sie Content-Formate, die gut funktionieren haben.

Content-Format: Outfit for the Weekend

Als Fachgeschäft mit Verkaufskompetenz bietet sich die Videoberatung an. Nichts ist im Social Media so wirkungsvoll wie Videos. Das „Outfit für das Wochenende“ könnte die regelmäßige Rubrik heißen, die beispielsweise immer donnerstags präsentiert wird. Damit das neue Outfit auch bis zum Wochenende per Post ankommt oder eingekauft werden kann.

Content-Format: Regelmäßig wiederkehrende Anlässe

Das Shirt, die Hose, der Rock der Woche. Ein Kunde oder Mitarbeiter des Monats. Es gibt unzählige Beispiele für regelmäßig wiederkehrende Themen. Dazu finden Sie die diversen Hashtags (#weekstart, #outfitinspiration, #flashbackfriday). Kreieren Sie selber eins mit einem Hashtag-Composer.

Content-Format: Storytelling

Geschichten erzählen ist ein wirksames Kommunikationsmittel und trägt dazu bei, die Nutzer-Interaktion zu erhöhen. Lassen Sie sich von Influencern inspirieren, z.B. erschaffen Sie eine Person „X“ und dann heißt es per Video: Fashion on the Go! Wöchentlich geht X in Ihren Laden, sagt Hallo und sucht

REDAKTIONSPLAN	
MONTAG Videoreh Outfit-Beratung für Donnerstag geplant Montags-Teil-Beitrag auf Instagram	DIENSTAG Vormittags Foto-Session 19 Uhr Post auf Facebook 20 Uhr Post auf Instagram
MITTWOCH Kuriose Tage Mittags Post auf Facebook Story auf Instagram	DONNERSTAG Video-Outfit-Beratung & Werbung 19 Uhr Post auf Facebook 20 Uhr Post auf Instagram
FREITAG Weekend-Outfit als Foto-Collage Post auf Facebook Post Instagram Story	WOCHENENDE Fotos Weekend Post auf Facebook Post auf Instagram

beispielsweise Partyoutfits, Kombi-Trends, das Richtige trotz Problemzone, etwas Bequemes für die Reise, die passenden Accessoires.

Content-Format: Kuriose Feiertage

Es muss nicht immer alles ernst sein. Unter www.kuriose-feiertage.de oder www.dertagdes.de finden Sie Aktionstage und Feiertage als Anlass für einen Post. Eine Gratulation im passenden Outfit kommt bestimmt gut an.

Tipp: Tools mit Mehrwert

Content-Tools sind unersetzlich, damit der Content schnell und attraktiv produziert werden kann. Aus der Bandbreite der zahlreichen Content-Tools empfehle ich meine beiden persönlichen Tool-Favoriten:

- www.canva.com Die Basisversion ist kostenlos und bietet ein unglaubliches Portfolio an Möglichkeiten, zum Beispiel mit designten Vorlagen, in die Sie nur noch Fotos und Text für Beiträge, Stories oder Banner einpflegen müssen. Auch animierte gifs oder Werbeanzeigen sind schnell kreiert. Canva lässt sich am Desktop und neu auch online nutzen.
- www.magisto.com Die Basisversion ist kostenlos, damit kann man am Smartphone spannende Kurzvideos als Kombination aus Fotos und Videoschnipseln herstellen. Die Vorlagen reichen von Partytime über Liebe bis zu Business und können mit Text und passender Musik untermauert werden.



Kirsten Reinhardt
Diplom Kauffrau
und Social Media Managerin
www.kirsten-reinhardt.de

ABM
Fashion GmbH

JEWELLY
LUXURY
NORFY
PLACE DU
JOUR
ZAC & ZOE
MOZZAR
KAROSTAR
LAULIA
VS MISS



ABM FASHION GMBH

2. Etage · Raum 237-238 · Breslauerstr. 8 · 41460 Neuss
Tel. 02131 4509062 · Handy: 0176 64923341



YOUR & SELF by CRISTALTEX



**YOUR & SELF
BY CRISTALTEX
DEUTSCHLAND GMBH**
Herr Pan · 2. Etage
Raum 203-204 / 250-253
Breslauer Str. 8
41460 Neuss
Tel.: +49 (0) 2131 1538900
Fax: +49 (0) 2131 1538902
E-Mail: info@crystaltex.de

ABM Fashion GmbH DOB +49 (0) 2131 4509062	237-238	Chalona GmbH Plus-Size/DOB/Shoes +49 (0) 2131 2984690	542-543
ABN Handels GmbH DOB/Accessoires +49 (0) 2131 120189	B06	Ciro Esposito DOB +49 (0) 2131 3837746	111-112
AccO Textilvertriebs GmbH Accessoires +49 (0) 2131 222566	324	Clarissa by ONESinn Fashion GmbH DOB +49 (0) 2131 3678920	546
Aciré DOB +49 (0) 2131 4019985	327-328	CM Catwalk Mode GmbH DOB +49 (0) 2131 3658372	103-108
AiliA GmbH Accessoires +49 (0) 2131 4023978	350-351	Coom ... design Vertriebs GmbH Plus-Size/DOB +49 (0) 2131 130112	547-549
Akyol Leder GmbH Accessoires	437	D & J Collection DOB/Event-Fashion - Abendmode +49 (0) 2131 7388808	410-411
ALA Mode Fashion DOB +49 (0) 2131 2091616	113	Da Capo Textilhandel GmbH DOB +49 (0) 2131 168249	144-145
Albella Fashion GmbH Plus-Size/DOB +49 (0) 2131 3669598	B13/B15	Decay Modevertrieb GmbH DOB/Jeans +49 (0) 2131 3846926	413
Amanat GmbH DOB/Young Fashion +49 (0) 2131 1531661	427	Dong Fang Import & Export GmbH DOB/Young Fashion +49 (0) 2131 1539683	301-302/352-355
Ancora Moda GmbH DOB +49 (0) 2131 531808	342-344	Duvar Fashion GmbH HAKA +49 (0) 2131 3864772	414-415
Ania Collection GmbH DOB/Young Fashion +49 (0) 2131 1256500	247	Edel Garn GmbH DOB +49 (0) 2131 2915683	146
A-Star Jeans +49 (0) 2131 120881	246	Effeny GmbH DOB/Young Fashion +49 (0) 2131 5235889	219-221
Believe Mode GmbH DOB/Young Fashion +49 (0) 0176 45884830	512-514	Emily GmbH Young Fashion/Jeans +49 (0) 2131 4085295	211-212
Bhatti Moden GmbH Young Fashion +49 (0) 2131 130004	B02/B04 A	Esvivid by Ofelic Business GmbH DOB/Young Fashion +49 (0) 2131 3671608	419-421
Bistorante Benario Restaurant +49 (0) 2131 7391903	329-333	EU-Queen DOB +49 (0) 2131 3193700	242
Bubble Young Fashion +49 (0) 0152 31915574	423	Euro-China Huang Textil GmbH DOB/Young Fashion +49 (0) 2131 103435	538
by Innocent GmbH DOB +49 (0) 2131 103289	015	E-Vitale Shoes Shoes +49 (0) 2131 3868532	114
C-M Premium Modevertrieb GmbH DOB/Young Fashion +49 (0) 2131 5959059	416-418	F Fashion GmbH DOB/Young Fashion/Jeans +49 (0) 2131 2095618	118-119
C. U. Papaya GmbH Kidswear +49 (0) 2131 1336360	325-326	Fashion Coach GmbH Young Fashion/DOB +49 (0) 2131 2945666	341
CAS CARA by Cherry´s GmbH DOB/Young Fashion +49 (0) 2131 5963994	126-128	Fashion Stylee DOB +49 (0) 2131 3863240	448-449
Celebrity Fashion UG (haftungsbeschränkt) HAKA +49 (0) 175 9451267	408		

Future by Kajotex Textilhandelsges.mbH DOB +49 (0) 2131 3138282	147-148	Kamoto Trends GmbH Young Fashion +49 (0) 2131 5216653	406
Giuno by Monopol Modevertriebs GmbH Accessoires +49 (0) 2131 7387716	215-216	Kamouflage Plus-Size/DOB +49 (0) 2131 3818375	539-540
GLM Moda GmbH DOB/Young Fashion +49 (0) 2131 4031379	B19/B21/B23	Kekoo by O'Kek GmbH Plus-Size/DOB +49 (0) 2131 5953833	209-210
Global 9 Accessoires +49 (0) 2131 1530340	529-532	Kickdown by BayKon GmbH HAKA +49 (0) 2131 3846163	409
Harpa Lifestyle GmbH DOB/Shoes/Accessoires +49 (0) 2131 3666660	443-444	Kimmy Jeans GmbH DOB +49 (0) 2131 408881	438
Heike Schimon Plus-Size/DOB +49 (0) 2131 166367	533-535	La Bass by Khan Mode GmbH Plus-Size/DOB +49 (0) 2131 167480	206-208
Helle Tessile GmbH DOB/Accessoires +49 (0) 2131 1785216	550-553	Le Kiwi Modevertriebs GmbH DOB +49 (0) 2131 13790	122-124
High Speed Fashion GmbH DOB +49 (0) 2131 166688	205	LEGEND GmbH Plus-Size/DOB/Jeans +49 (0) 2131 5331434	425-426
Imotex Modecenter Information	1. OG Info	Len's Couture GmbH DOB/Accessoires +49 (0) 2131 1785959	213-214
Imotex Modecenter Marketing +49 (0) 2131 403790 WhatsApp +49 (0) 178 8055099	554	Les Freres by Khan Mode GmbH Plus-Size/DOB +49 (0) 2131 129808	B14
Imotex Modecenter Verwaltung +49 (0) 2131 4037911	554	Lucky Style GmbH Event-Fashion - Abendmode/DOB +49 (0) 2131 273086	227
Indini Deutschland GmbH Accessoires +49 (0) 2131 1511935	522	Lumline by Fareast Trading GmbH Ladeneinrichtungen +49 (0) 2131 5963900	149-151
5people's by Italiatex GmbH DOB/ Young Fashion +49 (0) 2131 3844975	401-402/450-455	Magicienne DOB +49 (0) 2131 3865915	439-440
J.E.T. GmbH HAKA +49 (0) 2131 4039588	407	MB Style Plus-Size/DOB +49 (0) 2131 3673313	239
JAS Young Fashion +49 (0) 2131 5339481	405	Mexxoo Design DOB +49 (0) 2131 168310	323
JHL GmbH Ladeneinrichtungen / Service +49 (0) 2131 177733	349	Minootex Fashion GmbH DOB +49 (0) 2131 168310	536-537
JUNONA Germany GmbH DOB/Kidswear +49 (0) 2131 4083434	337-338	Mioni by Pink Lifestyle GmbH DOB +49 (0) 2131 2060421	101-102/152-156
K square Creations UG (haftungsbeschränkt) DOB +49 (0) 2131 3652727	222-223	Miss & Furs by MISS FURS GmbH DOB/Jeans +49 (0) 2131 3165333	120-121
		Miss Glamour MG GmbH Plus-Size/DOB +49 (0) 2131 2094200	109/110
		Missy by Tunika Mode GmbH DOB/Young Fashion/ Accessoires +49 (0) 2131 5231825	133-136

Mobi Fashion GmbH Young Fashion/Event-Fashion - Abendmode +49 (0) 2131 3868997	254-255	Mollywood and Friends GmbH Plus-Size/DOB +49 (0) 2131 120884	245
Mon Chéri Event-Fashion - Abendmode +49 (0) 2131 3193277	541	Mona Accessoires & Mode GmbH Accessoires +49 (0) 2131 2098991	307-312
Mone's Textilhandels GmbH DOB/Jeans +49 (0) 2131 291148	201-202	Moon Fashion Young Fashion +49 (0) 2131 1330603	236
Muki GmbH DOB +49 (0) 2131 3655460	240-241	Navede Mode GmbH Plus-Size/DOB +49 (0) 2131 5315955	B17
Never Mind Modevertrieb GmbH DOB +49 (0) 2131 166970	B04 B	New Jersey Plus-Size/DOB +49 (0) 2131 1537179	B01/B03
New Star Jeans +49 (0) 2131 7522897	233-235	nl fabriek DOB +49 (0) 2131 1782860	511
Noor Moden GmbH & Co. KG Event-Fashion - Abendmode/ Kidswear +49 (0) 2131 202527	515-517	Olivia Fashion GmbH Event-Fashion - Abendmode/ Young Fashion +49 (0) 2131 1534788	525
Ophilia by Maxima Trends GmbH Plus-Size/DOB +49 (0) 2131 3846444	345-346	Pabbi Collection DOB +49 (0) 2131 167106	B16 A
Patago by Gür-Tex Leatherwear/DOB/HAKA +49 (0) 2131 103542	115-117	Patato by Gür-Tex Leatherwear/DOB/HAKA +49 (0) 2131 103542	115-117
Pink Cherry GmbH DOB/Jeans +49 (0) 2131 3656608	316-321	PK Fashion Plus-Size/DOB +49 (0) 2131 5125870	217-218

Prestige Mode GmbH/ Chic Fashion Event-Fashion - Abendmode/ DOB +49 (0) 2131 2630727	224-225	Pretty Body Event-Fashion - Abendmode/ Young Fashion +49 (0) 2131 3666689	B08/B10
Pretty Life GmbH Accessoires +49 (0) 2131 1244679	137-139	Restart Plus-Size/DOB +49 (0) 2131 1785137	442
ROSE - Mode für Sie - DOB +49 (0) 2131 3845450	339-340	Rostock Mode Jeans +49 (0) 2131 206870	226
Rusty Neal by Rocas GmbH HAKA/Jeans +49 (0) 2131 3832666	412	Seibely Accessoires +49 (0) 2131 3833018	305
Shini-Mode by SM Young Collection GmbH DOB/Young Fashion +49 (0) 2131 2095284	441	Shiva Handels GmbH DOB/Young Fashion +49 (0) 2131 1338704	523-524
Sitara Textil GmbH DOB +49 (0) 2131 223131	518-519	Startex GmbH DOB +49 (0) 2131 3674250	445-447
Style In DOB/Young Fashion +49 (0) 2131 3845786	228	Stylo UG (haftungsbeschränkt) Plus-Size/DOB +49 (0) 2131 3848375	B07/B09
Sunlight GmbH Jeans/DOB +49 (0) 2131 5953808	322	Sweet Lover GmbH & Co. KG DOB/Young Fashion +49 (0) 2131 3162235	503-507
T & C Jeans by HUA SHENG C.H.E.N.G. GmbH Jeans +49 (0) 2131 2098995	B05/B11	T & M Moda GmbH Plus-Size/DOB +49 (0) 2131 1787138	334-335
T/B/O Steuerberater Service +49 (0) 2131 3133200	428	Thiede Fashion GmbH DOB +49 (0) 2131 13780	520-521

Tipp Topp Fashion GmbH DOB/Young Fashion +49 (0) 2131 1787350	526-528	Top Trend Plus-Size/DOB +49 (0) 2131 130915	B12
Version Textil Import Export GmbH Plus-Size/DOB +49 (0) 2131 103335	248-249	Vincenzo Allocca / Jean Marc Philippe Plus-Size/DOB +49 (0) 2131 26030	315
W & H Fashion GmbH Accessoires +49 (0) 2131 3662938	509-510	Wasabi Wear GmbH DOB/HAKA +49 (0) 2131 177749	140-141
Welcome! Fashion GmbH Plus-Size/DOB/Young Fashion +49 (0) 2131 7736114	429-435	Yalinex DOB/Accessoires +49 (0) 2131 6658961	508
Your & Self by Cristaltex Deutschland GmbH DOB/Young Fashion +49 (0) 2131 1538900	203-204/250-253		
Vorübergehend umgezogen wegen Umbau des Erdgeschosses			

Alle Infos zu unseren Händlern und Kollektionen auch online.



IMPRESSUM

IMOTEX SUXXESS MAGAZINE

HERAUSGEBER

IMOTEX SUXXESS GROUP
Marketinggemeinschaft e.V.
Breslauer Str. 8,
41460 Neuss
T +49 (0)2131 – 40379-11
F +49 (0)2131 – 40379-29
info@imotex.de
www.imotex.de

V.i.S.d.P.

Rolf Zimmermann

REDAKTION

Susanne Schaper (CvD)
Kirsten Reinhardt
presse@s3-advertising.com

MODEREDAKTION

Cordelia Albert (verantwortlich)
Janine Aggen

MODELS

Anne R. und Kristina D. von Curve Model Management, Ben und Celina von Munich Models, Annabelle Trah, Bruna Colpa und Inga R. von Model Management und Fabian K. von Favourite Models

FOTOSHOOTING

Fotograf: Alex Schier
Styling: Cordelia Albert (verantwortlich), Chris Geilhausen, Janine Aggen, Alexandra Bieder
Haare & Make-up: Tanja Kern

KONZEPT / LAYOUT

S3 ADVERTISING GmbH & CO. KG,
www.s3-advertising.com

DRUCK

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

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 App installieren. Die App können Sie im App Store (Apple IOS/IPhone) und im Play Store Android) runterladen. 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.

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.

4



**KENNEN SIE DIE
IMOTEX 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 Dr. Nicolai Gerstner 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.

LEN'S

C O U T U R E



LEN'S COUTURE GMBH

2. Etage · Raum 213-214
Breslauer Str. 8 · 41460 Neuss

Tel.: +49 (0) 2131 1785959

Handy: +49 (0) 171 498841

Fax.: +49 (0) 2131 1785958

E-Mail: lenscouture@outlook.com

ESViViD. ■



Esvivid by Ofelic Business GmbH
4. Etage · Raum 419-421 · Breslauer Str. 8 · 41460 Neuss
Tel: +49 (0) 2131 3671608 · Fax: +49 (0) 2131 3845967
info@esvivid.de · www.esvivid.de

