

SKO

MAGASINET

SKOBRANCHEN.DK

CIFF

Velbesøgt og udviklende.
Bl.a. med en ny sko- og
accessorieshal

MICAM

Inspiration og et levende
set-up i udvikling

SKOBRANCHEN.DK VAR PÅ CIFF

Skobranchen skal være synlig
og inspirere til netværk

FOKUS PÅ FØDDERNE

Indlæg i skoene er noget, der kan
hjælpe rigtig mange mennesker

EXPO RIVA SCHUH

Riva del Garda er altid den
'første messe til næste sæson'.

POVL HØGSBERG WENTZEL

Et omsorgsfuldt menneske
& en mand med mange hverv








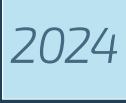




NEROGIARDINI

Kvalitet, håndværk &
banebrydende teknologi

COPENHAGEN FASHION WEEK

Fokus på inspirationen til efteråret & vinteren 2024/25

INDHOLDSFORTEGNELSE

4		CIFF
6		COPENHAGEN FASHION WEEK
20		SKOBRANCHEN.DK PÅ CIFF
22		MICAM – POSITIV UDVIKLING
26		EKSPORTFREMSTØD PÅ MICAM
28		FOKUS PÅ FØDDER
30		EXPO RIVA SCHUH I RIVA DEL GARDA
32		POVL HØGSBERG WENTZEL
33		MESSEKALENDER
36		NEROGIARDINI
40		MEDLEMSFORDELE MED SKOBRANCHEN.DK
42		RÅDGIVNINGSNYT: ARBEJDSSTIDSREGISTRERING
44		KORT & GODT FRA IND- OG UDLAND

Det handler om at rykke SAMMEN i byen ...

Hvad gør man, når det brune papir begynder at fylde i gågadens vinduer og borgernes dom er, at der jo ikke længere er noget at komme i gaderne efter? – og er det nu bæredygtigt og helt smart at shoppe hjemme fra sofaen

I gennem længere tid har man i kommunerne haft fokus på byindretning, nye gågader, kunst, skiltning og meget andet. Måske har man gået og tænkt, at 'de der' gågader fyldt med butikker, de forsvinder da ikke fra bybilledet. Alt sammen gjort strategisk og 'næsten' arkitektonisk rigtigt, som et naturligt led i midtbyernes udvikling.

GÅGADERNE KAN IKKE 'GÅ' SELV – SÅ STØT LOKALT

På trods af en 100 millioner kroner ny og fremtidssikret gågade færdiggjort i 2018/19, begyndte de tomme lejemål at dukke op, og fra borgerne lød det, der har gjort mest ondt, nemlig, at de ikke gad på besøg i gågaderne. Det hed sig, "der er jo ikke noget at komme derned efter". I stedet hyggede man sig hjemme på www og ordrede sine varer hjem fra bling-bling, ding-ding og za-za.com – alt sammen fløjet eller sejlet Co2 venligt (not) hjem til lille DK. På tanken kan os, der ikke handler på nettet, stå og vente på pakkekøen, hvor pakkerne hober sig op – ikke kun dem, der skal hentes men ligeså mange, der skal retur. I onlineverdenen får man nemt 100 dages gratis returret, så man bestiller da bare 3 str., når man er i tvivl. Heldigvis er den fysiske butik på vej tilbage og den lokale opbakning ligeså.

HVAD GØR MAN SÅ VED DET?

Mange danske gågader og bymidter har gennem en årrække kæmpet med tomme kvm. i byens gågader. Men spørger I mig, har man famlet lidt i blinde, for ingen har taget styrepinden. I mange byer har det faktisk været os citychefer, der har taget teten på trods af, at det på ingen måde står i vores jobbeskrivelser.

I Herning har vi noget – der måske lidt selvfedt – lyder ordene Herning DNA. Denne DNA lykkedes vi med før, under og efter de store events, sportsbegivenheder, koncerter, messer og konferencer, der lander i det midtjyske. Forskellige hold tilpasset den enkelte event rykker sammen om bordet, byder ind med hver sit – ALTID med mission om, at det vi gør, er godt for vores by. Ingen på holdet sidder som individ og venter på at få medaljer på skuldrene – byen skal ha' medaljerne, det er byen, man gør det for.

SÅ DET HANDLER OM AT SAMLE 'HOLDET', MEN HVEM ER HOLDET SÅ?

Holdet, der nu er samlet omkring bymidten og om dennes detailhandel, består af repræsentanter fra Kommunen, Cityforeningen, de stærke lokale udlejere, erhvervsjendomsmæglere og slutteligt 3-4 'hjerterpersoner', der kerer om midtbyen.

Holdet satte sig mål og drømme og lagde en plan om at ville vækste på vores lejemål. Vi lavede også en ønskeliste, og vi tog en stor flok unge studerende ind, som råt for usødet fik lov at drømme med om fremtiden. Vi fik etableret en oversigt over kvm, priser og en stærkere og nogle gange kortere vej ind til vores kommune.

Fakta for 2023 hedder 13 nye butikker og 8, der stopper, så altså et plus på 5 nye butikker.

2024 er startet med 2 lukninger, men også 2 åbninger, og nu gælder det om at være vedholdende og holde gang i hypen, og bygge videre på "hvad er det lige I har gang i, i Herning?"



Af Allan B. Kristensen, citychef i Herning

Inspiration og et levende set-up i udvikling

CIFF er forbi for denne gang, og dørene til Bella Center lukkede med en positiv stemning og en fornemmelse af, at udviklingen nu stille og roligt går den rigtige vej.



Gangene summede af indkøbere, der for første gang siden corona for alvor var indstillede på at købe og lade sig inspirere, og der var mange internationale indkøbere blandt de besøgende. I det hele taget var atmosfæren god.

På CIFF Shoes slog den positive stemning desværre ikke helt så kraftigt igennem. Fra flere af udstillerne lyder det, at butikkerne stadig ligger inde med store lagre, og ikke mindst på børnesko, er markedet svært.

I Bella Centers A-hal havde man denne gang samlet en lang række af skobranschens leverandører og brands, og det fungerede faktisk fint, selv om det må siges at være synd, at hele skobranschen ikke kan stå sammen og støtte op om hinanden.

Alt i alt var der godt 1000 brands – tøj, sko og accessories – på CIFF denne gang, og i forlængelse af den første messe efter sammenlægningen af CIFF og Revolver i

efteråret, var der denne gang endnu flere nye brands at finde på udstillerlisterne. Også på besøgs siden var antallet steget i forhold til februar 2023.

CIFF faldt på vanlig vis sammen med Copenhagen Fashion Week, og CIFF stod bag shows af Rolf Ekroth, Alpha og Henrik Vibskov samt TG Botanical, Munthe og Helmstedt.

“Vi vil arbejde tæt sammen med brands og nye designere, som vi støtter op om i

disse vanskelige tider", siger CIFF's direktør Sofie Dolva, der samtidig slår fast, at målet med CIFF er at give de besøgende mulighed for at få mere inspiration, udforske flere brand, netværke og skabt vækst".



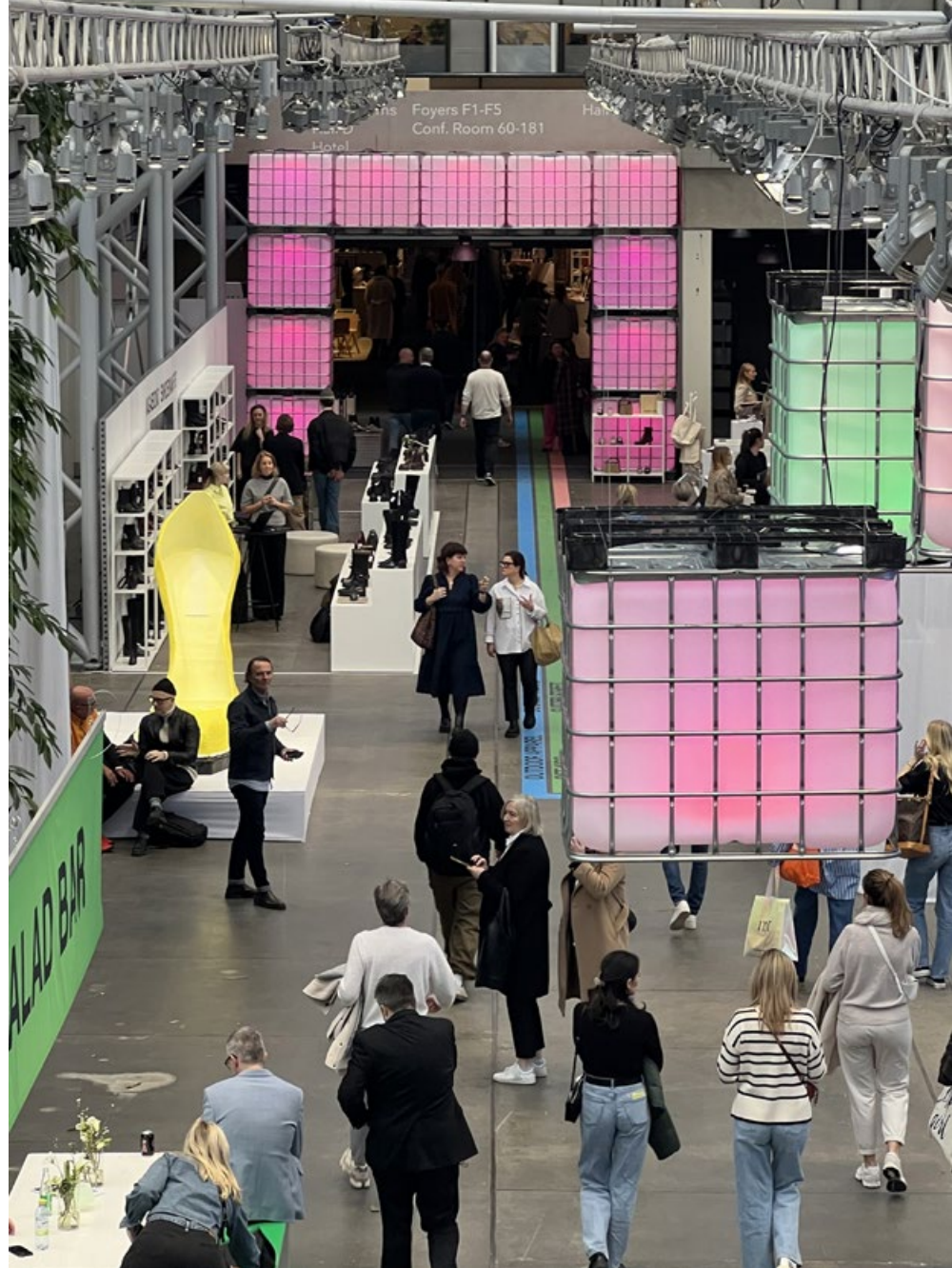
COPENHAGEN FASHION WEEK

"Når man ser tilbage på en uge med shows, præsentationer, events, middage, installationer og talks, understregede AW24-udgaven det, som Copenhagen Fashion Week har og fortsat fremmer, nemlig vigtigheden af at fejre kreativitet i alle dens former, samt effekten af viden-deling og samarbejdets resonans", lyder det fra Cecilie Thorsmark, CEO Copenhagen Fashion Week.

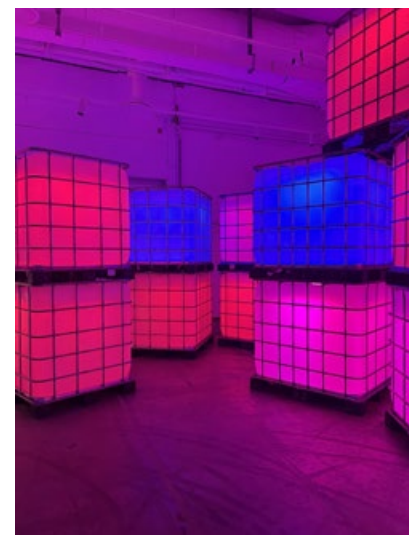
Hun siger videre: "2024 ser ud til at blive et år med forandring, der bringer mulig-



FRA DEN NYE SKO-HAL I HAL A.



heder lige så meget som usikkerhed. Det var i den ånd, at AW24 fokuserede på at støtte op igennem mange forskellige tiltag fra CPHFW NEWTALENT støttet af CIRCULOSE®, The Wessel & Vett Fashion Prize, til talkprogrammet, hvor branchens ledere delte indsigt og satte gang i forandring. Vi var også glade for at byde The Business of Fashion velkommen tilbage til et executive roundtable, der undersøger, hvordan man opretholder en autentisk kulturel indflydelse, og samtidig ser ind i vigtigheden af at skabe et mere generøst landskab, der har en inkluderende tilgang til det kulturelle samfund, uanset hvad det udtryksfulde medium er", fastslår Cecilie Thorsmark afslutningsvis.



Tekst: Pia Finne

Fokus på inspirationen til efteråret og vinteren 2024/25

På messen, på catwalks og på gaden. Der er inspiration at hente overalt, når København står i modens tegn under Copenhagen Fashion Week. Vi har været med, og vi har samlet masser af input, der kan omsættes til kreativ energi ude i skobutikkerne. Et kodeord for trenden til den kommende sæson må være kontraster.

FOTO: NICKLAS SKOVGAARD SHOW/TONYA MATYU

Personlighed og individualitet præger sko- og accessoriestrenden til efteråret og vinteren 2024/25. Der sker meget rundt omkring i verden, som vi ikke kan gøre noget ved, men vores egen stil styrer vi. Derfor er trenden også meget bred. Fra de store chunky støvler og sko over loafers og vintagestil til det lette og delikate; ballerinaerne og de klassiske stiletter. 80ernes pumps holdt deres indtog på de mange catwalkshows under Copenhagen Fashion Week såvel som på standene på Cliffe Shoes og på fødderne af de mange mennesker, der havde klædt sig på til fashion week, og som i øvrigt er en rigtig god indikation for, hvad der kommer.

Støvler sås i mange afskygninger; med spidse snuder og kantede snuder, hellange og halvlange og med alle de hælhøjder, man kan ønske sig. Flotte udgaver af ridestøvlerne var også med i trenden og cowboystøvler, der heller ikke har slup-

pet trenden endnu. Men også støvler i behagelige flade og bevidst fodformede udgaver sås.

For det delikate og bløde er helt klart også med. På farverne og på stilen. De blide pasteller spiller op til de nedtonede creme, hvide og brunlige nuancer, og de bløde, vamsede materialer leges der med. Her handler det om behagelighed og om at hvile i sig selv.

Sneakers er selvfølgelig en megatrend, der vil være en del af fashionbilledet i mange år frem. Og også her ses både vamsede udgaver og nye farvekonstellationer, der matcher trenden.

I kontrastens navn byder trenden også både på helt lette ballerinaudgaver, sko med en kraftig hæl og T-strop samt klassiske slingbacks og pumps, samt på mange meget chunky udgaver af både støvler og sko. Fra Mary Janes til Chelsea boots, biker boots og Derbys.

Loafers i ægte Highland-stil var også med til både mænd og kvinder, og både med og uden hæl; enkle og klassiske, chunky og rått eller feminine og med lak.

FARVERNE

De sarte pasteller, de grønne toner samt de naturlige nuancer af brun og sort tegner trenden til efteråret og vinteren – men enkelte splash af kraftige nuancer som rød og gul.

Men der blev også vist rigtig meget glimmer og glitter. Funklende pailletter og sten samt støvler, sko og tasker i sølv fra den matte, enkle udgave til højglansudgaven.

Så der er rigtig meget, de danske skohandlere kan lade sig inspirere af. Vigtigt er det dog, at man tør!

Tekst: Pia Finne

Skabt af en blanding
af tekstil og ECCO
kvalitetslæder fra vores
egne garverier.

Atletisk, trendy
og alsidigt design,
der kan bruges
til alle lejligheder.

THE ECCO BIOM

Designet med BIOM®
NATURAL MOTION®,
der sikrer mere
naturlig, effektiv og
stabil bevægelse.

Innovativ ECCO LYTR-
teknologi tager vores
kendte anatomiske
pasform og komfort til
et nyt niveau af lethed.

ECCO®

Let at style og ultralet komfort hele dagen. Glæd dig til ECCO BIOM 2.2; den ultimative sneaker til foråret.
Den bliver uden tvivl dine kunders favorit.

Set på CIFF



AMBITIOUS



HOFF



LOLA CRUZ



NEROGIARDINI



BIBI LOU



CPGHGN STUDIOS



LOLA CRUZ



LLOYD



INUIKII



PHENUMB

TREND AW24-25



NEW MOVEMENTS



NEROGIARDINI



SHOEDSIGN COPENHAGEN



LOLA CRUZ



DUFFY



BUFFALO



SHOEDSIGN COPENHAGEN



BOLT



INUIKII



SHOEDSIGN COPENHAGEN



PRIMIGI



VERBENA



BIBI LOU



DUFFY



NEROGIARDINI



SCHOLL



SNEAKY STEVE



Wortmann Int. Schuhproduktionen, Detmold · +49 52 31 605.129 · sales@tamaris.com · **tamaris.com**
Egesborg Company Aps · Claus Egesborg · +45 71.72.10.57 · claus.egesborg@tamaris.com

Set på Catwalk



MFPEN



HENRIK VIBSKOV



GESTUZ



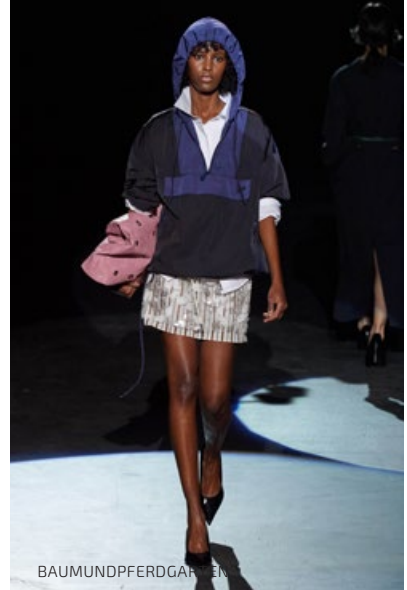
ALPHA



GESTUZ



J.LINDBERG



BAUMUNDPFERDGA...

Foto: Ingrid Petterson, James Cockrane, Bryndis Thorsteinsdottir, Tonya Matyu m.fl.



LLOYD

GERMANY 1888

DERES KONTAKT SIMON JUHL CHRISTIANSEN

COUNTRY MANAGER DENMARK | MOBILE +45 2840 9990 | CHRISTIANSEN@LLOYD.COM
LLOYD SHOWROOM | BELLA CENTER - B3 - 115 | CENTER BOULEVARD 5 | 2300 COPENHAGEN | LLOYD.COM

TREND AW24-25





NICKLAS SKOVGAARD



OPERA SPORT



MUNTHE



OPERA SPORT



NICKLAS SKOVGAARD



OPERA SPORT



REMAIN



MFPEN



OPERA SPORT

Set på gaden



Foto: Noor-u-Nisa

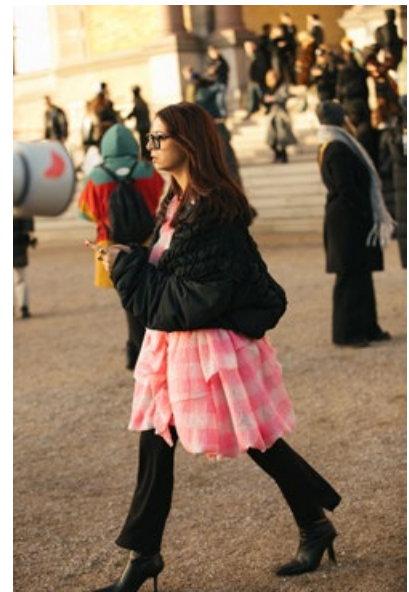
Hurra!
120 år



med
børnesko

bundgaard
Est. 1904

TREND AW24-25



TREND AW24-25



Skobranchen.dk var med på CIFF Shoes

Med en stand midt på CIFF Shoes var Skobranchen.dk repræsenteret på messen. Standen var bygget op som en ramme, en konstruktion, hvor der kan fyldes rigtig meget i; alt fra netværk til rådgivning og god hjælp fra kompetente samarbejdspartnere.



"Skobranchen.dk skal være synlig, og det markerede vi med en visuel tilstedeværelse på CIFF Shoes". Det fortæller Nikolai Klausen, der er direktør for Skobranchen.dk.

Skobranchen skal stå sammen, er holdningen, og for at illustrere det, og i et forsøg på netop at skabe et samlende punkt, havde Skobranchen.dk indbudt medlemmer og andre skointeresserede til vin og tapas den ene dag under messen og til kaffe og croissanter den anden. Fremmødet var dog ikke helt som forventet.

"Jeg havde en forhåbning om, at vi fik mere ud af det, end vi gjorde. Men når det er sagt, så har vi også fuld respekt for, at de butiksindehavere og -medarbejdere, der kommer på messen, er der for at arbejde, og dermed at de har en anden agenda under messedagene. Vi skal stadig være synlige og markere os som skobranchens organisation, og vi skal også være synlige ud over vores branchema-

gasin. Nu vil vi derfor genoverveje, hvordan vi fremadrettet kan skabe den synlighed på messen og finde frem til, hvad det er, vores medlemmer forventer af os, og hvordan de mener, vi skal bruge tiden og messen", lyder det fra Nikolai Klausen.

På standen havde Skobranchen.dk også besøg af en repræsentant fra Alm. Brand, der var klar til at tage en snak med fremmødte medlemmer om deres forsikringer og om hvilke muligheder, der er som medlem af Skobranchen.dk

MESSEN VAR VELLYKKET

Nikolai Klausen pointerer, at CIFF generelt var vellykket, og at det er dejligt, at de københavnske messeaktiviteter nu er samlet til glæde og gavn for indkøberne.

Den nye skoafdeling i Hal A var han også tilfreds med, dog drypper han lidt malurt i bægeret. "Jeg synes, det er ærgerligt, at man ikke kan samle hele skobranchen ét sted i Bella Center, men at udstillerne

fortsat er opdelt på CIFF Shoes og i den nye sko- og accessories-hal. En idé kunne jo være at samle alle skoudstillere på CIFF Shoes".

BESØG AF BRANCHENS UNGE

Under CIFF havde Nikolai Klausen også en opgave i at fortælle en samling af unge mennesker fra Aarhus Business College om, hvad en brancheforening egentlig arbejder med, og hvorfor messen er en fordel for branchen.

"De unge mennesker var meget positive og glade for at være på messen", fortæller Nikolai Klausen, der tilføjer, at Skobranchen har ydet økonomisk støtte til, at de unge mennesker kan komme en tur på messe igennem foreningens fonde.

"Det er vigtigt, at de mærker, hvordan det er at være en del af branchen, og messen er netop stedet, hvor man søger ny inspiration, møder branchefolk og netværker. Og kommer de hjem med bare én eller to gode ideer til et nyt brand til den butik, de arbejder i, til en ny måde, at præsentere varerne på, eller er de blevet fagligt kloge, så har det været det hele værd. For de unge mennesker er branchens fremtid. Som det er i dag viser tallene, at kun to ud af 30 unge faktisk bliver i branchen, og det er vores opgave – som brancheforening og som aktører generelt i branchen – at gøre det attraktivt for de unge, at gå ind i specialvarehandlen".

Tekst: Pia Finne



skechers
THE UNO

Innovation og trends i positiv balance

40,821 indkøbere fra 150 lande besøgte MICAM MILANO, MIPEL, THE ONE MILANO og MILANO FASHION & JEWELS under den samlede overskrift 'Synergi'. Det handler om netværk og om at se fremad og fokusere på de nye generationer.



LUCIANO BARACHINI

Fieramilano (Rho) dannede rammen om MICAM og de relaterede messer, og besøgstallene afspejler en positiv tendens, et håndgribeligt tegn på stabilitet i en vanskeligt økonomisk tid. 40.821 indkøbere og fagfolk gæstede messen, og heraf kom 45% fra udlandet – ikke mindst fra Frankrig, Tyskland, Spanien og Grækenland. Fra ikke-europæiske markeder kom besøgende fra Japan, Kina, Kasakhstan og England.

"Endnu en gang vandt viljen til at arbej-

de sammen og præsentere sig samlet for indkøberne. At afholde messer samtidig er faktisk ikke kun et aspekt, der styrker individuelle begivenheder ved at give dem mulighed for at nyde større synlighed, men det giver os frem for alt et redskab til at stimulere den internationale efterspørgsel og tilbyde købere og forhandlere fra hele verden en enestående mulighed for at forstå så mange forskellige aspekter af tilbehørs-verdenen på én gang som muligt", lyder det fra messeledelsen.

I løbet af messedagene summede pavillonerne ikke kun af forretningsmuligheder, men også af ønsket om at innovere: "I alle de sektorer, der er repræsenteret, gøres der faktisk en stor indsats for at forny produktionsprocesserne med indførelsen af digitalisering og de nyeste teknologier, og faktisk styrker det den en tradition, der er rodfæstet i håndværket, og som stadig lever bl.a. i skobranchen".

Et andet vigtigt eksempel på fælles hensigter er uddannelse: Under messen

blev der arrangeret workshops og informative talks, i mange tilfælde med deltagelse af unge, der repræsenterer fremtiden, og skoler; en uundværlig bro til arbejdslivet for de nye generationer.

En af de talks, der bl.a. fandt sted på MICAM var WSGN, der gav deres bud på trenden til foråret og sommeren 2025. Hvad der blev sagt fra scenen, kan du glæde dig til at læse mere om i næste udgave af SKO.

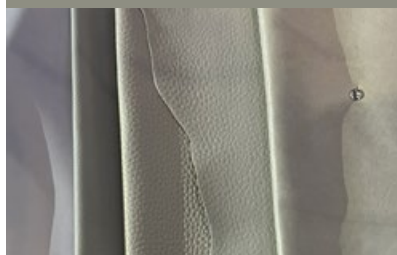
TRENDEN:

CELESTIAL SNOW



Denne kollektion indkapsler fortryllesen af en frostkysset nattehimmel og fanger essensen af et natligt winter wonderland i en iskold og mørk palet. Trendens harmoni har sølv, grå, sort og kolde blåtonede toner. Fra metalliske finishes til skin og glimmernet stråler historiens nøgleelementer med æterisk og overjordisk elegance. Endnu flere glitrende detaljer, såsom rhinstensremme og funkulende hæle, tilføjer et strejf af himmelsk overdådighed til den festlige julesæson.

TENDER FROST



Her er skoene indbegrebet af ynde og raffinement og tjener som en gribende påmindelse om at gå livet i møde med modstandskraft og et åbent hjerte.

Farvepaletten er pastelfarvet og rå-

hvid, og den fremkalder billeder af delikat vinterfrost.

Materialerne til denne tendens skaber en taktil symfoni, der væver en harmoni mellem styrke og skrøbelighed, hvilket afspejler den indviklede balance.

HIGHLAND LODGE



Med inspiration fra 'old-money-trenden' blander denne kollektion problemfrit raffinerede detaljer med rustik elegance.

Farvepaletten væver et rigt tæppe af jordfarver, der afspejler de åbne landskaber og fremkalder følelser af varme, komfort og varig stil.

Materialerne fortæller en fortælling om håndværk med patchwork og naturlig lædertekstur, mens indviklede fretwork-mønstre og broderede elementer hylder fortiden.

LUNAR REALM



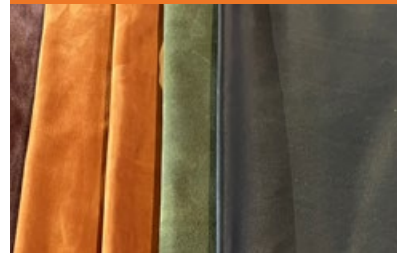
Paletten, der består af grålige toner, mynte og blå, afspejler universets mysterier.

Banebrydende tekniske materialer ses. Metalliske accenter og gennemsigtige stoffer tjener som et vidnesbyrd om innovation og modernitet. Polstrede detaljer giver en overdådig og behagelig komfort, der fremkalder en følelse af en vægtløs rejse gennem rummet.

Performance detaljer som sikkerheds-

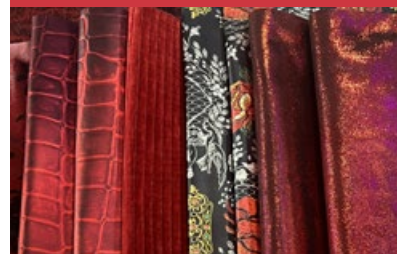
såler, velcrolukninger minder om præcisionen i futuristisk design, mens de rumlige konturer skaber en visuel symfoni.

AFTERWORLD



Farvepaletten illustrerer levende et barsk landskab med jordfarver, dybe sorte og intense røde nuancer – et varmt spektrum, der afspejler en verden, der er forandret for evigt. Som smedet af smeltede og brudte materialer bærer skoene i denne trendretning præg af en rejse, der indkapsler den rå skønhed. Punkens indflydelse tilfører en oprørsk æstetik.

TREASURED TALES



Dette tema er indbegrebet af den festlige tid med et preppy og chict look, der tager os med tilbage til en tid fyldt med magiske øjeblikke. Skabt i høj kvalitet læder, overdådigt velour og smuk jacquard, bliver skoene til klassiske designmesterværker.

Paletten omfatter smukke juvelnuancer og varme, gyldne toner, der understreger sæsonens fornemmelse for det storladne såvel som den festlige varme, og med smukke detaljer som perler og krystaller til traditionelle preppy spænder.

EMERGING DESIGNERS PÅ MICAM: NYTÆNKENDE OG ALSIDIGE

For sjette gang præsenterede MICAM Milano Emerging Designers, hvor 12 unge internationale designere, er udvalgt til at vise deres design på messen.

Denne gang var der bl.a. fokus på produktionskæden, og 'Made in'-brandet som vigtige parametre, og endnu engang var der stor alsidighed og ikke mindst nyudviklinger og nytænkninger fra de 12 start-ups, der er klar til at erobre mode- og skobranchen.

"Markedsføring og sociale medier samt design og mode er de kompetencer, som de udvalgte designere i år har udnyttet i forhold til at blive bemærket", siger formanden for juryen Ernesto Esposito.

Tekst: Pia Finne



EMERGING DESIGNERS – BONAMASO



PROSPERINE



LISKA



EMERGING DESIGNERS – MOSCA SHOES



EMERGING DESIGNERS – SOCQUE



HÖGL



EMERGING DESIGNERS – UBAC



EMERGING DESIGNERS – JUDY MASSOTTI



ALEX



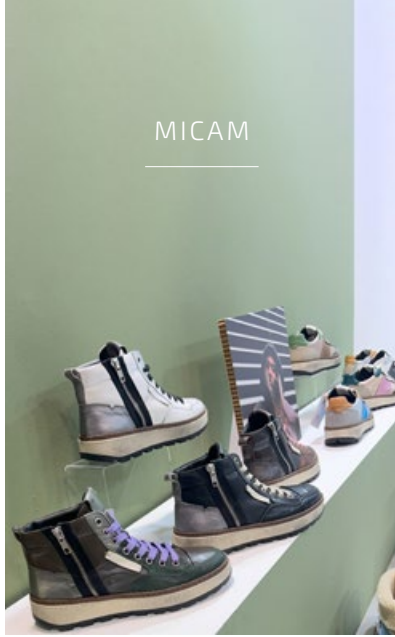
EMERGING DESIGNERS – DANIELA URIBE



LEMON JELLY



HÖGL



ROUGE REPUBLIC



ESCAPE THE ORDINARY



NAN-KU



REBECCA WHITE



NAZARENO CARELLI



NAN-KU



ALL BLACK



PLEIN SPORT



MADE 194



Eksportfremstød på MICAM – er du interesseret?

I år vil Skobrammen.dk søge om eksportfremmemidler til et eksportfremstød på MICAM i Milano den 15.-18. september 2024, hvor ambitionen er at samle danske skoproducenter til et fællesfremstød på en af den mest toneangivende skomesser i Europa.



Da vi gerne vil sikre, at det bliver en succes, vil vi række ud til MICAM og andre relevante partnermuligheder for derigennem at sikre optimal opmærksomhed og bevågenhed. Men vi har behov for jeres input inden vi sender ansøgningen om eksportfremmemidler.

Hvis du som dansk sko-virksomhed finder det interessant med et fælles eksportfremstød, og du gerne vil høre mere om muligheden, skal du skrive til skobrammens direktør, Nikolai Klausen på nkl@danskerhverv.dk, hvorefter han vil kontakte dig for en uddybende dialog og ideudveksling.

Som brancheforening har Skobrammen.dk mulighed for at søge eksportfremmemidler, som kan understøtte den danske eksport. Sammen med Dansk Erhverv vil vi her i foråret søge om midler til at fremme danske skoproducenter på MICAM-messen i Milano.

Det er ikke noget nyt, at brancheforeninger går sammen med Dansk Erhverv om at søge støtte. MERK har på vegne af modebranchen gennemført eksportevents i Nederlandene, Tyskland og USA med succes

– og altid i samarbejde med Dansk Erhverv og lokale partnere i de respektive lande. Det er med de erfaringer, vi nu vil invitere de danske skoproducenter med til MICAM i et fælles fremstød for danske skobrands.

MICAM er en international skomesse og derfor rækker den udover det Italienske marked. Det er vores erfaring, at man bør have eksporterfaring og have kendskab til international handel, hvis man ønsker at deltage, men det er ikke et krav.

Fælles erhvervsfremstød, hvor der gives op til 50 procent af de godkendte, tilskudsberettigede fælles projektkostninger. Egenbetalingen for de deltagende virksomheder skal udgøre minimum 50 procent af de tilskudsberettigede fælles projektkostninger.

Fællesomkostninger er typisk: Messestand, markedsføring, events, receptioner og officiel middag.

Tilskud dækker ikke hotel og flybilletter.



2GO
**Powerful
waterproofing**

Fokus på fødderne

Indlæg kan afhjælpe problemer og optimere performance.

Indlæg i skoene er noget, der kan hjælpe rigtig mange mennesker. Både mennesker med fod- og rygproblemer, og mennesker, der gerne vil optimere deres performance i sport eller på jobbet. Men det er altid godt at henvise til en fodterapeut, hvis man som skohandler mener, at et indlæg kan hjælpe en kunde, siger fodterapeut Lisa Bomark.



FODTERAPEUT LISA BOMARK

Råd og vejledning er en stor del af skodetailhandlerens hverdag, og et godt samarbejde med en lokal fodterapeut, man kan henvise til, kan være guld værd.

Kunderne ser det som en fantastisk god service, hvis man som skobutik henviser til en fodterapeut i stedet for 'bare' at sælge et par sko i et forsøg på at løse problemet.

Mange danskere bruger indlæg, men hvornår har en kunde brug for et indlæg i skoen, hvad kan det afhjælpe og er det en god idé at have en fodscanner i butikken? Det har SKO talt med fodterapeut Lisa Bomark fra Klinik for fodterapi – Stevns i Køge om.

Først og fremmest fortæller hun, at indlæg typisk bruges af personer, der oplever problemer eller ubehag i forbindelse med deres fødder eller gangmønster. "Det kan omfatte folk i alle aldre med smerter i fødder, knæ, hofter eller ryg. Men det kan også være mennesker, der ikke har fod- eller rygproblemer, men som ønsker at forbedre deres komfort og præstation i forbindelse med fysisk aktivitet eller mennesker, der ønsker at forebygge skader", lyder det fra Lisa Bomark.

Hun slår fast at indlæg kan være nyttige

ge i en bred vifte af situationer; fra det mindste ubehag og gener til mere alvorlige problemer som platfodethed, hulfod, valgus/varus af bagfoden (skæv bagfod) eller uens benlængde.

"Vi ser en tendens til, at folk uden gener i stigende grad anvender fodindlæg med henblik på at optimere deres performance i sport eller komforten på deres job. Størrelsen af patienternes behov varierer fra case til case, og derfor er det bedst at konsultere en fodterapeut for at få en vurdering af, om indlæg er den rette løsning".

De fejlstillinger, der typisk kan adresseres med indlæg, omfatter platfodethed, hulfod, valgus af bagfoden samt uens benlængde. Det gælder biomekaniske uregelmæssigheder, der kan medføre forskellige former for ubehag og smerter i fødder, knæ, hofter og ryg.

Og også her, mener Lisa Bomark, at det er en fos idé, at man som skohandler henviser til en statsautoriseret fodterapeut.

Fejlstillinger kan variere fra person til

person, og en grundig vurdering og analyse udført af en statsautoriseret fodterapeut vil være nødvendig for at identificere specifikke fejlstillinger hos en individuel patient", siger hun, og understreger, at netop platfodethed, hulfod, valgus af bagfoden og uens benlængde er nogle af de almindelige problemer, der kan behandles med brug af tilpassede indlæg.

4 HURTIGE

Vi har stillet Lisa en række spørgsmål vedrørende indlæg og arbejdet med fødder ude i skobutikkerne.

HVAD GØR ET INDLÆG I SKOENE?

Indlæg i skoene har til formål at korrigere eller støtte fodens naturlige biomekanik. De kan justere gangmønstret, reducere overbelastning af visse områder, forbedre stabilitet og derved lindre smerte eller ubehag.

ER DET GODT ELLER SKIDT, AT SKOBUTIKKER HAR FODSCANNERE?

Fodscannere i skobutikker kan være en nyttig ressource for at få et generelt indtryk af fodens form og størrelse. Dog bør det ikke erstatte en professionel vurdering, især hvis der er specifikke sundhedsmæssige bekymringer eller behov for tilpassede indlæg.

KAN EN FODSCANNER LØSE EVT. PROBLEMER?

Fodscannere i skobutikker kan hjælpe med at vælge sko, der passer bedre til ens fodform, men de kan ikke nødvendigvis løse biomekaniske problemer. For mere komplekse problemer anbefales det at søge rådgivning fra en fodterapeut.

ER SKOBUTIKKERNE GODE TIL AT HENVISE TIL FODTERAPEUTERNE?

Vi oplever faktisk, at skobutikkerne, der bruger fodscannere og identificerer potentielle sundhedsproblemer, som de ikke kan adressere med deres 'hyldevarer', henviser kunderne til lægen eller

fodterapeuten for en mere grundig vurdering. Dernæst oplever vi faktisk en stigende mængde kunder, der opsøger os efter at have prøvet diverse løsninger uden tilfredsstillende resultater.

OM LISA OG KLINIK FOR FODTERAPI – STEVNS

Lisa Bomark har været fodterapeut siden 2017, og siden hun blev uddannet, har hun dedikeret sig til arbejdet med indlæg og kroppens biomekanik.

Siden 2017 har hun lejet sig ind på tre sjællandske klinikker, og en kort periode var hun kliniklærer på Københavns fodterapeutskole.

I 2022 overtog hun sin nuværende klinik og har siden overtagelsen udvidet, så der i dag aktuelt er seks faste fodterapeuter samt en sekretær.

"Jeg skylder min mangeårige kollega Mai Bomark en helt særlig tak; for det er hendes fortjeneste, at indlæg er blevet klinikkenes varemærke. Klinikken, beliggende i hjertet af Stevns i Store Heddinge, har specialiseret sig i behandling med indlæg og tiltrækker patienter fra hele Sjælland, hvilket vi helt ærligt er meget stolte over", fortæller Lisa, der videre siger, at fokus er på professionel og individuel behandling, der adresserer specifikke biomekaniske udfordringer, som man blandt andet diagnosticerer ved brug af en digital fodscanner, løbebånd og kliniske undersøgelser for at forbedre patienternes velvære.

Udover den travle kliniske hverdag på klinikken, er Lisa og Mai Bomark også aktive i det store danske børnefodsforsk-



ningsprojekt med Rigshospitalet (PANIC FEET).

"Jeg har i den forbindelse netop været i Norge for sammen med Cille Holse (formanden for danske fodterapeuter) at præsentere vores foreløbige resultater ved de norske fodterapeuters årskonferens", fortæller Lisa, der i øvrigt er gift med en ortopædkirurg. "Så vores familie er efterhånden pænt træt af vores tilbagevendende yndlingssamtaleemne, nemlig føddernes biomekanik", slutter hun med et smil.

Tekst: Pia Finne

Messen, der sætter verden i bevægelse

EXPO RIVA SCHUH i Riva del Garda er altid den 'første messe til næste sæson'. Over årene har den udviklet sig fra at være en lokal Italiensk messe til at være en international messe med deltagelse af producenter fra mange lande. Men messen henvender sig primært til 'volume footwear, bags and accessories'.



Messen, der sætter verden i bevægelse, er mottoet for EXPO RIVA SCHUH i Riva del Garda. Derfor valgte en lille gruppe danske skohandlere, der alle var udvalgt af det Italienske Handelskammer og messens arrangører, at tage afsted til Italien den 12. januar.

Der er ingen tvivl om, at Garda-messen primært er relevant for grossister og kæde-indkøbere, der ønsker tidlig kontakt til de oversøiske producenter. Men selvom man er en 'lille forretning' vil man også kunne få noget ud af et besøg – ikke mindst fordi Italien og Garda-søen altid er et besøg værd!

Invitationen fra Det Italienske Handelskammer i Danmark kom via SKO-nyt i oktober, hvor man opfordrede danske

skohandlere og leverandører til at deltage i EXPO RIVA SCHUH 50-års jubilæum og messe nr. 100 fra den 13. – 16. januar 2024 i Riva del Garda.

Messen er i dag koncentreret om byen Riva del Garda, hvor messecentret danner rammen om messen. Men der er fortsat enkelte producenter, der foretrækker at vise deres kollektioner på hotel-udstillinger. De er dog også alle placeret i byen i modsætning til den oprindelige 'Garda-messe', hvor koncentrationen af hoteller omkring Gardasøen gjorde det let og attraktivt for både udstillere og tilreisende indkøbere at bo og køre rundt om Gardasøen. Med opførelsen og udvidelserne af messecentret, er Riva del Garda blevet 'messebyen'.

EN TUR MED EN KOMPETENT REJSELEDER

Inden de fem danske skohandlere tog på tur til Italien, arrangerede arrangørerne et fælles TEAMS møde, hvor hver enkelt deltager fortalte om sin(e) butikke(r) og varesortiment. Under hele messeforløbet var deltagerne ledsaget af en meget kompetent 'rejseleder' Veronica Callo, fra Det Italienske Handelskammer i Danmark (DANITACOM) og der var udfærdiget et program, så arrangørerne sikrede sig, at vi nåede rundt til alle de dele af messen, som vi havde vist interesse for.

Der er ingen tvivl om, at messen primært henvender sig til 'volume footwear, bags and accessories'. Det ses tydeligt med de mange 'oversøiske' udstillere, hvor alene Kina i år stod for ca. 50%, men også producenter fra Brasilien, Indien, Pakistan, Portugal, Spanien og Tyrkiet var blandt udstillerne. Og de fleste af udstillerne havde høje krav til minimumsordrer.

På hver enkelt stand, var det dog tydeligt markeret, om producenten havde 'eget brand', mulighed for at producere til 'privat label', og om der var mulighed for at afgive ordre til hurtig levering 'Quick producer'.



At messen er specielt velegnet til professionelle skoindkøbere for store forretninger, kæder og grossister/leverandører, der ønsker en tidlig fornemmelse af moden og produktionsmulighederne til den næste sæson og samtidig får mulighed for af bestille 'prototyper/vareprøver' til privat-label og lign, er helt klart. Derfor var det ikke overraskende at møde indkøbere fra bl.a. PAW-SKO, Skoringen og MORSØ Skoimport m.fl. i messecentret.

Selvfølgelig var messen også repræsenteret af både kendte og – for os – ukendte mærkeproducenter, der kunne tilbyde mindre ordrefølgelser i sædvanlige 6, 9 – 12 pars sorteringer, og her kan f.eks. nævnes relaxshoe, der havde stand på messen, og som var repræsenteret af Susanne Gade, samt IMAC, der havde valgt at udstille på Grand Hotel Liberty i centrum af Riva del Garda, og som var repræsenteret ved Christian Friis Olesen, Friis Company.

Det danske firma Last Studio var repræsenteret med en stand på messen, så der var faktisk mange danskere på EXPO-RIVASCHUH & GARDA BAGS.

Messen rummer også GARDA BAGS, hvor der var repræsenteret et stort antal af taske producenter og som – i modsætning til skoproducenterne, synes at have mulighed for at sælge i mindre sortimenter og til rimelige priser.

GOD INSPIRATION

Af spændende tiltag, som måske kan være til inspiration for CIFF-messen i København, var bl.a. nogle spændende åbne møder omkring markedssituationen i de forskellige verdensdele samt små korte, fokuserede foredrag om specifikke temaer, f.eks. tasker og accessories.

Som et gennemgående event havde messen etableret et område 'Innovation Village Retail' med syv innovative upstarts virksomheder, der hver beskæftigede sig med optimering af 'retail' inden for bæredygtighed, E-handel, dataopsamling og håndtering af overskudsproduktion/lager. Kulminationen var konkurrencen, hvor hvert enkelt firma skulle 'pitche' overfor et internationalt panel af gæster og producenter, der valgte den bedste virksomhed.

Efter tre travle dage med et stort fagligt indhold, der var godt og detaljeret planlagt af de italienske arrangører og godt guidet af Veronica Callo fra det Italienske Handelskammer i Danmark, vendte den danske delegation hjem med mange indtryk.

En stor tak sendes til arrangørerne for EXPO RIVA SCHUH & gardabags, samt ikke mindst til det italienske handelskammer i Danmark, DANITACOM repræsenteret ved Veronica Callo og Signe Olsen for planlægning og super service og guidning. Hvis der skulle komme et lignende

tilbud en anden gang, skal der opfordres til 'at være vakse ved havelågen'.

EXPO RIVA SCHUH & GARDABAGS

- 300 udstillere fra mere end 40 lande
- 300 specielt indbudte indkøbere, heraf 5 fra Danmark
- 9.000 besøgende fra 100 lande. 80% fra Europa – 20% uden for Europa, 30% fra detailsektoren, 19% distributører/leverandører, 5% e-handel og 16% producenter – (de sidste 30% må være gæster med sko/taske interesse)



Deltager fra Danmark var:

Tine Skadhaug, By Juul Sko, Thisted
Mette Mortensen, Juul Sko, Skive
Jørgen Cornett, Cornett Sko, Aabenraa
Alexandra Nyegaard, Nygaard Sko, Faaborg
Jette og Jørgen Krebs, Skoringen, Ringe

Tekst: Jørgen Krebs

Povl Høgsberg Wentzel er gået bort



POVL HØGSBERG WENTZEL

TIRSDAG DEN 23. JANUAR 2024 SOV POVL WENTZEL STILLE IND I SIT HJEM PÅ LUNDEGÅRD STRANDVEJ I DRAGØR.

Synet var blevet svækket og hjertet voldte lidt problemer, men hovedet var klart til det sidste. Povl Wentzel blev 90 år. Han blev født den 10. januar 1934 i Bahl ved Outrup i Vestjylland. Den 28. december 2023 fejrede han i familiens skød Diamantbryllup med sin Agth.

Som barn var Povl meget optaget af spejderlivet, hvilket prægede ham gennem årene. Skolegangen blev afsluttet

med en Realeksamen på Ulfborg Private Realskole i 1950.

Sin erhvervskarriere startede Povl som gartnerlærling, som dog efter kort tid, blev ændret til købmandslærling ved købmand Trillingsgaard i Staby. Efter endt læretid inklusive afsluttet Handelsmedhjælpereksamen indkaldtes Povl som rekrut til Lyske Dragonregiment i 1954. I forsvaret endte han som løjtnant i 1956.

Efter tiden som soldat drog Povl til København, hvor han blev optaget på Niels Brocks Handelsskole. Efter 2 år kunne bestået HH (Højere Handelseksamen) skrives på CVet.

Da eksamen var overstået, besluttede Povl, at der skulle gøres noget mere ved sprogkandskaberne. Derfor søgte han at komme først til London og siden til Hamburg. Begge steder i jobs som volontør.

Valsemøllen A/S i Esbjerg, som havde skabt forbindelserne til udlandet for Povl, gav ham ansættelse på havnen i Esbjerg. I 1960 reagerede han på en annonce i avisen, hvor Sækkeleje Kompagniet i Valby søgte en fuldmægtig. Povl fik jobbet og startede samtidig på den fireårige HD-uddannelse i Salg og Reklame på Handelshøjskolen i København.

Povl mødte Agth og de blev gift i december 1963. I 1966 blev det første barn født, det var Jan, der kom til verden.

Efter syv år i Sækkeleje Kompagniet skulle der ske noget, hvorfor Povl søgte jobbet som direktør i firmaet 'Eva Rosenstand Broderier' beliggende i Virum. Akti-

viteterne bestod i at sælge færdigpakkeposer med broderi-mønstre og tilbehør. Firmaet havde udover domicilet i Virum brodeributikker i flere byer udover en afdeling i Sverige.

I 1968 blev familien igen forøget idet lillesøster Grith blev født.

IND I SKOBRANCHEN

I 1969 reagerede Povl Wentzel på en annonce hvor man søgte en administrerende direktør til et større firma. Det drejede sig om et firma med et stort hovedsæde i centrum af København samt 15 detailbutikker spredt over det meste af landet. Det viste sig at være Hector Sko, der søgte en ny chef.

Hector Sko var et gammelt firma grundlagt i 1902 og i 1969 ejet af Danmarks største skind- og lædervareengrosfirma Poulsen & Ragoczy. Det blev Povl Wentzels entré i skobranchen. Det var en yderst vanskelig og svær opgave, han her påtog sig. I næsten fem år kæmpede Povl for at få virksomheden gjort rentabel. Der blev iværksat en mængde initiativer for at få 'skuden vendt'. En umulig opgave.

I 1973 besluttede bestyrelsen, at Hector Sko skulle afvikles og lukkes. Povl Wentzel skulle stå for afviklingen. Lothar Ragoczy foreslog imidlertid Povl, om det ikke var en god idé, at han overtog en af butikkerne på rimelige vilkår og dermed blive selvstændig skohandler. Povl var nu i givet fald interesseret, men det skulle

NEKROLOG

være mere end en butik.

Tilbuddet om at blive selvstændig skohandler førte til, at Agth og Povl sagde ja til at overtage butikkerne i Grenå, Haderslev, Randers og Rødovre. PAW SKO skulle være navnet (Povl Agth Wentzel). Åbningsdagen var 1. februar 1974. (50 år siden).

Jeg tænker i dag med største fornøjelse tilbage på et storlået 25-års jubilæum i 1999 fejret på Restaurant Beghuset i Dragør. Povl lagde ikke skjul på sin taknemmelighed over for sin forretningspartner Agth, der altid var en stor inspirator og støtte på 'kommandobroen'.

I de 50 år Povl Wentzel næsten nåede at være selvstændig skohandler, udviklede PAW SKO til at blive en af Danmarks største inden for sin branche. Udover at passe, lede og udvikle firmaet engagerede Povl sig også uden for virksomheden i flere tillidshverv

EN MAND MED MANGE HVERV

I Danmarks Skohandlerforening bestyrelse sad Povl en årrække som formand for København/Sjælland samtidig med, han sad i foreningens forretningsudvalg. I

mange år blev Povl valgt som dirigent ved Danmarks Skohandlerforenings årlige delegeret møde. Ligeledes varetog Povl i mange år dirigenthvervet ved den årlige generalforsamling i Eurosko DK. Han var også medlem af bestyrelsen i Dansk Textil Union.

BKA (Butik og Kontor Arbejdsgiverforeningen) var også et område hvor Povl engagerede sig indtil fusionen med Detailhandelens Fællesråd, der blev til Dansk Handel og Service. Povl var medlem af bestyrelsen i Dansk Principalforenings Fond indtil den blev opløst i 2014. Fonden uddelte detailhandelens fagprøve pris. Dygtiggørelse og uddannelse af unge mennesker var en hjertesag for Povl Wentzel.

I perioden 1993-2004 var Povl sagkyndig dommer i Sø- og Handelsretten indstillet af Dansk Handel og Service (i dag Dansk Erhverv). På baggrund af indsatsen i Sø- og Handelsretten modtog Povl Ridderkorset i 2004. Derudover var Povl også engageret i Niels Brocks Handelsskole, hvor han sad i bestyrelsen.

I 1996 indtrådte Jan Wentzel i PAW SKO og overtog jobbet som adm. direktør i

2006. I 2009 blev firmaets domicil flyttet fra Lundegård Strandvej til nyindrettede bygninger på Hovedgaden i Dragør.

I dag består firmaet af 13 skobutikker samt en 'net shop' med i alt 175 medarbejdere.

ET OMSORGSFULDT MENNESKE

Povl Wentzel var et meget omsorgsfuldt menneske. Han tænkte på og bekymrede sig om andre, medarbejderne ikke mindst. Han kunne snakke med alle. Han var nysgerrig på andre og ønskede at samle mennesker. En god fest var heller ikke at foragte.

Efter Corona epidemien brød ud kom Povl kun sporadisk på kontoret, hvor han med interesse og begejstring fulgte med i de store og afgørende investeringer i ny omnichannelplatform samt udviklingen blandt medarbejderne.

Vi er mange, der kendte ham, og satte stor pris på at kende ham. Æret være Povl Høgsberg Wentzels minde.

Anker Bay Petersen

Messekalender 2024

MARTS

København CIFF – Footwear 2nd. Edition 3. – 4. mar.

JUNI OG JULI

Riva del Garda Expo Riva Schuhe 15. – 18. jun.

Norge, Moss Euro-Skomesse TBA

München Supreme Kids TBA

London Pure London, sko- & modemesse 14. – 16. jul.

Paris Playtime Paris 29.jun-1. jul.

AUGUST OG SEPTEMBER

København CIFF 7. – 9. aug.

Offenbach I.L.M. 31.aug. – 2. sep.

Herning Formland 11. – 13. aug.

Madrid Momad 13. – 15. sep.

Norge, Fornebu Skomesse TBA

Milano MICAM 15. – 18. sep.

Skødstrup Skoringen-messe TBA

København CIFF – Footwear 2nd. Edition TBA

Vi tager forbehold for ændringer og aflysninger

Nyt Collab: Sørensen Leather x Ludwig Reiter



Det danske læderbrand, Sørensen Leather, er kendt for at udfordre de traditionelle måder at bruge læder på. Nu har to læderkollektioner fået hovedrollen i et nyt samarbejde med den eksklusive sko- og lædervareproducent Ludwig Reiter.

"Det, som gør det her samarbejde så spændende, er, at både vi og Ludwig Reiter er forankrede i stolte, gamle håndværkstraditioner. Så det har været sjovt at udfordre hinanden, lige fra det bedste valg af læder til hvor læderet skulle anvendes," siger Louise V. Sørensen, CEO & Partner hos Sørensen Leather.

Resultatet af samarbejdet: Et nyt take

på Ludwig Reiters ikoniske sneakers og populære aviator-taske.

Form og funktion er forblevet uændret på Ludwig Reiters ikoniske sneakers, men læderet er blevet udskiftet med læder fra Sørensen Leathers innovative FLUX®-kollektion.

"FLUX® er et hybrid-læder, som vi har skabt i samarbejde med arkitekt og designer David Thulstrup. Ved at forene nubuck og neopren i et beskyttet læder, har vi fået det bedste fra to verdener: En blød, mat og ensartet overflade kombineret med styrken og holdbarheden, som man kender det fra et beskyttet læder," fortæller Louise V. Sørensen.

Således har de relancerede Ludwig Reiter-sko fået ikke bare et nyt, moderne look men også alle de praktiske egenskaber, som kendetegner det ekstremt holdbare og neopren-lignende FLUX® hybrid-læder.

PATINA PÅ AVIATOR-TASKE

I den anden ende af skalaen har Sørensen Leather og Ludwig Reiter leget med brugen af naturligt anilinlæder fra den eksklusive læderkollektion ELEGANCE.

"Dette læder er noget af vores fineste og mest luksuriøse læder. Læderets åbne porer og naturlige mærker tilfører masser af sjæl og historie, så vi tænkte: Hvilket bedre match end Ludwig Reiters avia-



tor-taske. Når tasken tages i brug, vil den udvikle en subtil patina, som fortæller historier fra ejerens rejse gennem livet," fortæller Louise V. Sørensen.

Både sko og taske er nu en del af Ludwig Reiters eksklusive sortiment og kan nu findes i udvalgte Ludwig Reiter-butikker samt online. Se mere på www.ludwig-reiter.com

Sørensen Leather vil fortsætte med at inspirere til nye måder at bruge læder på i alle de sammenhænge, hvor læder skaber værdi. Se flere kreative samarbejder på www.sorensenleather.com

Detailpriserne på fodtøj forventes at stige

I den seneste udgave af World Footwear Business Conditions Survey afslørede panelmedlemmer deres forventninger til fremtiden, og den byder på stigninger i detailpriserne på fodtøj

Forventningerne til udviklingen i detailpriserne på fodtøj er stort set optimistiske, idet 46,6 % af eksperterne forventer en kraftig stigning (mellem 5 % og 20 %) eller

en meget kraftig stigning (over 20 %).

Derudover forventer 29,7%, at priserne vil stige moderat mellem 1,5% og 5%) i løbet af de næste seks måneder.

Hele 4,2 % af respondenterne forventer, at priserne vil falde, og det også kun moderat, mens 19,5 % forventer, at priserne stabiliserer sig.

Disse fremskrivninger er påvirket af ef-

fekten af den høje, om end faldende, inflation i sidste halvår.

Denne opfattelse er konsistent blandt respondenter på tværs af forskellige forretningsområder og organisationer af forskellig størrelse. Det er dog værd at bemærke, at der forventes højere inflationsrater i Afrika og Sydamerika sammenlignet med andre regioner.

150
YEARS

made by
rieker



Biker Style

Efterårs/Vinterkollektion 2024

COMFORT
& *Style*



Oplev den nu ved at
scanne QR-koden!

www.rieker.com

NeroGiardini: Fra Marche til hele verden

Kvalitet, håndværk og banebrydende teknologi. B.A.G. Spa, der står bag NeroGiardini, er synonymt med Made in Italy, og med den strategi er der fuld fart på det internationale marked. I Skandinavien er NeroGiardini ved at genfinde sine ben at stå på, fortæller NeroGiardini's karismatiske CEO og stifter Enrico Bracalente.



ENRICO BRACALENTE

"Vores mål er at producere sko og tilbehør af høj kvalitet her i Italien, så vi kan beskytte vores know-how, samtidig med at vi skaber jobs, velstand og udvikling". Det siger Enrico Bracalente, der er den visionære iværksætter og CEO for B.A.G. Spa.

NeroGiardini er på en spændende rejse. Det ikoniske italienske skomærke har

rødder i Marche-regionens dybe håndværkstradition, og historien begynder i 1975, hvor Enrico Bracalente grundlagde den virksomhed, der blev til B.A.G. i kælderen under kirken Saints Lorenzo and Biagio i Monte San Pietrangeli i Fermo provinsen. Siden da har virksomheden udviklet sig til at være en af de førende leverandører i skobranchen med 'Made in Italy' som absolut guideline. Siden 1998 har NeroGiardini-brandet været en del af udviklingen.

B.A.G. er initialerne for Enrico Bracalentes hans børn, Alessandro og Gloria, som i dag arbejder side om side med Enrico i NeroGiardini – og for et selskab, der har erobret Italien og Europa fra den solrige bjergskråning i Marche-regionen. Virksomheden har dermed ikke kun formået at bevare sit italienske ophav, men har også udvidet internationalt. Fra Europa til Canada, Rusland, USA og senest i Japan, og med en eksportandel på 30% af omsætningen – 125 millioner euro i 2023 – er NeroGiardini ikke længere blot et nationalt ikon, men man har cementeret sin position på det internationale marked. I 2023 åb-

nede man dermed den første NeroGiardini-butik i Fjernøsten – i Seoul i Korea.

INNOVATIVE FORRETNINGSMODELLER

Enrico Bracalente har igennem årene ikke kun skabt et brand; han har også introduceret innovative forretningsmodeller, der sætter standarder i branchen.

Det gælder bl.a. NeroGiardini's nyeste 'genopfyldningsservice', der er nyudviklet med moderne teknologi, og som giver kunderne mulighed for at genbestille selv et enkelt par sko.

"Vi har etableret et næsten futuristisk automatiseringssystem på NeroGiardini's topmoderne logistikplatform i Campiglione di Fermo, og en special portal, som vores forhandlere kan benytte, og dermed sikrer vi en hurtig og præcis genbestilling med levering inden for 72/96 timer i Europa og dermed også i Skandinavien", siger Enrico Bracalente, og han slår fast, at den korte forsyningskæde understøtter butikkerne ved at give dem mulighed for i realtid at se de varer, der faktisk er på lager – og genbestille.



For mange butikker i dag er lagerbindingen et problem. Fremadrettet kan vi sælge små partier, og butikkerne kan genbestille løbende med hurtig levering, ligesom det er muligt året igennem at vælge fra de 250 styles, der er i vores katalog. Så har man forudbestilt 30 styles er der 250 andre at vælge imellem. Dermed kan butikkerne og vi øge salget og reducere lagerbindingen til glæde for alle", fastslår Enrico Bracalente.

KVALITET OG HÅNDVÆRK

Produktionen af omkring 10.000 sko dagligt foregår i nærområdet. For i en tid, hvor mange virksomheder overvejer at outsource produktionen for at reducere omkostninger, har NeroGiardini stået fast. Enrico Bracalente insisterer på, at virksomhedens produktion forbliver i Italien, primært i Marche-regionen, som den har været i næsten 50 år, og den beslutning, selv set i lyset af de økonomiske udfordringer, branchen og samfundet er præget af, er en hyldest til italiensk håndværk og knowhow, og dermed er kvaliteten af produkterne, uanset om det er damekollektioner, herre- eller børnekollektioner, en fusion af traditionelt håndværk og avanceret teknologi.

Så i dag, hvor mange brands i mode-segmentet forsøger at skifte retning, fortsætter NeroGiardini's organisation



med at arbejde med i samme retning og med samme sindsro som altid. "Det er selvfølgelig en vej, der indimellem går op ad bakke, men som helt klart førte NeroGiardini ud i hele verden", fastslår Enrico Bracalente, der slutter af med at understrege, at italiensk knowhow er en værdi, der ikke kan kopieres i nogen afkroge af verden. Og det vidner logoet på sålen om".

AW2024/25 KOLLEKTIONEN: EKSKLUSIVITET OG STIL

NeroGiardini's efterår/vinter 2024/25 kollektion er skabt med innovation og raffinement. Med fokus på nye strukturer, læder og farver har NeroGiardini skabt en kollektion, der taler et internationalt sprog og omfavner moderne mode.

La Donna NG: Tidløs Tiltrækning og Stilfuld Raffinement

Premium-kollektionen er dedikeret til den moderne kvinde, der værdsætter stiletthælen. NeroGiardini præsenterer décolleté med bølgehalsudskæring, smukt tilbehør og elegante remme eller sløjfer. NG Woman-kollektionen indfanger essensen af en kosmopolitisk kvinde, der bevæger sig med tillid mellem dagens forskellige engagementer. Glamour-kollektionen tilbyder pumps pyntet med maxi-kæder, mokkasiner og sneakers i dristige farver og raffinerede materialer.

THE NG MAN: NUTIDIG ELEGANCE OG RAFFINEMENT

Herrekollektionen til efterår/vinter 24/25 præsenterer en nutidig og elegant tilgang til design. Kollektionen omfatter derbys, dobbeltspænder og Oxfords i klassiske farver som sort, blå, kaffe og mørkebrun. Chelsea-støvlerne skiller sig ud som vinterskoen par excellence, mens sneakers tilføjer en dristig og sporty dimension til kollektionen.

TASKER: EN KOMPLET STILOPLEVELSE

Udover skoene er taskerne en integreret del af NeroGiardini's kollektioner. NG Woman og NG Man-kollektionerne byder på et udvalg af skuldertasker, shopping-

bags og rygsække. NeroGiardini's tasker, der er fremstillet af ruskind i naturlige hvide nuancer, supplerer skoene og skaber en komplet stiloplevelse.

NEROGIARDINI SØGER EN AGENT

Roberto Perfetti er NeroGiardini's country manager for Nordeuropa, og han fortæller, at man netop nu leder efter en eller flere agenter til enten et samlet skandinavisk marked eller til de enkelte markeder i Danmark, Norge, Sverige og Finland.

Roberto Perfetti har netop præsenteret NeroGiardini's kollektionen til efteråret og vinteren på CIFF, og han slår fast, at antallet af besøgende helt klart er stigende, og at CIFF var yderst positiv for NeroGiardini.

"Vi har valgt, at København skal være vores vindue mod det nordiske marked, hvor vi i øvrigt satser på at vækste meget over de kommende år", siger han og tilføjer, at NeroGiardini's mål er at være tæt på retailkunden. "Det gør man bedst ved at være til stede på markedet og hos kunderne hele året rundt og ikke kun i forbindelse med messerne", siger han.

Hans håb er, at man inden for den nærmeste fremtid finder en eller flere nordiske samarbejdspartnere, der kender markedet, og som kan være med til at skabe den brede distribution, som NeroGiardini søger. "Nordisk og italiensk stil er meget ens. Vi sætter pris på lækre styles, kvalitet og holdbarhed, og NeroGiardini er netop 'affordable luxury'.



superfit

SuNde ☺
bØRne
fødder

98%

af lægerne har
givet topkarakter*

DEN NYE EFTERÅRS - / VINTER - KOLLEKTION 2024

Oplev den nu! Den nye superfit kollektion:



I over 50 år har superfit være en garant for perfekt pasform, så børnenes fødder kan udvikle sig sundt, og børnene kan opleve verdens eventyr på sunde fødder. Designet på læster, der egner sig til børn, er ikke kun det foretrukne valg for forældre og børn, men anbefales også af 98 % af børnelæger.*



Læster, der egner
sig til børn



Ekspertviden



Bløde materialer



Fjerlette



Udtagelig indersål



Perfekt fodklima

Showroom Bella Center • B4-104
Merete Søndermølle • +45 20 20 09 30

[superfit.com](https://www.superfit.com)

Follow us on

*Resultatet baserer på evaluering af 342 returnerede vurderingsark med fastlagt vurderingsskala god-middel-dårlig.

Husker du dine medlemsfordele?

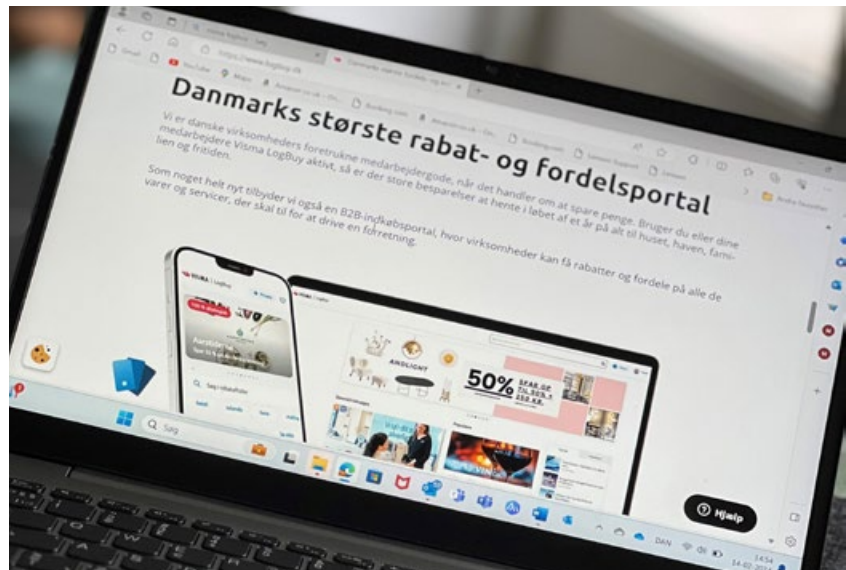
Skobranchen.dk er skabt på et stærkt fagligt fundament, som er vigtigt at fastholde. Men som brancheforening skal vi også benytte sammenholdet til at sikre gode medlemsfordele, som giver konkrete besparelser, uanset om du har en lille eller en stor virksomhed.

I en travl hverdag glemmer vi ofte at undersøge, om vi kan hente besparelser på forskellige ydelser eller produkter. Vi har fokus på driften, indkøb, medarbejdere og meget andet. Derfor har Skobranchen.dk og MERK nu indgået et samarbejde med indkøbsportalen Visma LogBuy, hvor det er nemt at finde alle de gode medlemsfordele.

På Visma LogBuy finder du vores mange fordelsaftaler, der sikrer dig attraktive priser på en række services. Vores beregninger viser, at bruger man én eller flere af fordelsaftalerne, så kan kontingentet være tilbagebetalt grundet de attraktive priser.

Det er GRATIS for dig som medlem at oprette din profil på Visma LogBuy, hvilket normalt koster årligt kr. 2.500,00 +moms – så allerede her har du din første besparelse. Udover vores egne 'brancheforeningsaftaler' med Alm. Brand, DHL, GLS, Lexoform samt pej gruppen, har du nu også adgang til et bredt udvalg af andre fordelagtige tilbud.

For at få adgang til alle de stærke fordele, skal du gå på www.skobranchen.dk



og vælg: Om Skobranchen. Her finder du en menu, hvor du vælger: Medlemsfordele – så skulle det være lige til derfra.

ER DU I TVIVL OM, HVOR ELLER HVORDAN DU FÅR ADGANG TIL DINE MEDLEMSFORDELE?

Så skal du kontakte sekretariatet på telefon: 3374 6031 eller 3374 6139.

Du kan også skrive til mail: info@skobranchen.dk

ANDRE UDVALGTE FORDELE:

- Skomagasinets – 6 udgivelser årligt
- Skobarometer – månedligt
- Brancheindeks – månedligt
- Masterclass i Retail – efteruddannelse
- Erhvervspraktik – inspiration

ECCO BIOM 2.2 – den ultimative sneaker til foråret



ske. Navnet BIOM refererer til de biomekaniske systemer i vores fødder, hvilket går hånd i hånd med ECCO's princip om, at alting starter med selve foden.

BIOM har en interessant historie bag sig. Vi skal tilbage til starten af årtusindskiftet hvor barfodsløb var utrolig populært. ECCO fik herfra en idé om at lave sko, der forbedrer fodens evne til at bevæge sig mere naturligt, effektivt og stabilt samt til at aktivere føddernes naturlige system for støddabsorbering – ligesom i barfodsløb. Fra 2006-2009 samarbejdede ECCO med Cologne Sports Institute og efter scanninger af 2500 atleters fødder, resultater fra biomekaniske forskere og grundige tests, var BIOM-teknologien skabt. ECCO's første BIOM-sko var de ikoniske BIOM A, B og C.

Man mærker BIOM fra det øjeblik man træder ned. Den unikke low-to-the-ground følelse, den fantastiske komfort og den følelse af at være forbundet med naturen, har været elsket siden de første BIOM-modeller. BIOM-sko er en topprioritet til hiking, til golf, til børnene og til alle der elsker uimodståelig komfort og funktionalitet. Med BIOM 2.2 har ECCO taget BIOM-modellen til et nyt niveau. BIOM 2.2 har et trendy og atletisk design, der kan bruges til alle lejligheder. Innovativ ECCO LYTR-teknologi tager ECCO's kendte anatomiske pasform og komfort til et nyt niveau af lethed. Gummiindsatser giver et stærkt greb og lang holdbarhed. Den ultralette sneaker der kommer til både damer og herrer, bliver uden tvivl dine kunders favorit.

Nu har du muligheden for at sælge den seneste generation af ECCO BIOM – nemlig ECCO BIOM 2.2. BIOM er en af ECCO's største kollektioner og den populære teknologi findes i mange af skogigantens herre-, dame-, børne-, outdoor- og golf-

Vinterens højdepunkter fra Rieker



stilarter og pålidelige komfortfunktioner!

Denne sæsons damestøvler fra Rieker fås i tidløs brun og beige, men også mere farverige, i trendy khaki eller andre farvertoner. Ud over en række forskellige designs og sporty såler, har vi sat spot på: Fluffy skaftekanten og indvendige foringer – de giver en ægte vinterfølelse, både visuelt og mærkbart!

Den absolutte trendstil er også dagsordenen for vintermodeller til mænd! Den er kendetegnet ved mørke toner i sort, brun og grøn, samt enkle designdetaljer. Skaftekanten i kontrast materiale, farve og interessante designinnovationer i lukningsområdet understreger modellernes moderigtige tilhørsforhold. Komfort og funktionalitet er også vigtigt for Rieker – robuste, skridsikre ydersåler er et godt eksempel på det!

Uanset om det er dame- eller herrestøvler – med jubilæumsårets anden ef-

terårs-/vinterkollektion dykker vi endnu dybere ned i en verden af moderigtige

Velkommen tilbage til stempeluret

Arbejdstidsregistrering: de regler og den praksis, der kommer fra EU, har det med at skabe røre i vores lille rolige andedam, og også denne gang får en sag afgjort ved EU-domstolen betydning for, hvordan vi administrerer vores ansatte i Danmark; du skal til at registrere dine medarbejderes arbejdstid.



PHOTO BY MARKUS-SPISKE ON UNSPLASH

De regler og den praksis, der kommer fra EU, har det med at skabe røre i vores lille rolige andedam, og også denne gang får en sag afgjort ved EU-domstolen betydning for, hvordan vi administrerer vores ansatte i Danmark; du skal til at registrere dine medarbejderes arbejdstid.

Registrering af arbejdstid har været et af de helt store emner inden for ansættelsesret gennem det meste af 2023, og nu er forpligtelsen skrevet i sten, idet lovforslaget blev vedtaget i slutningen af januar 2024.

Det betyder, at du som arbejdsgiver fra den 1. juli 2024 har en forpligtelse til at indføre et objektivt, pålideligt og tilgængeligt arbejdstidsregistreringssystem, der gør det muligt at måle den daglige arbejdstid for hver enkelt medarbejder.

Formålet med, at du skal indføre et arbejdstidsregistreringssystem, er at sikre, at dine medarbejdere overholder reglerne om daglig og ugentlig hviletid samt maksimal ugentlig arbejdstid.

ARBEJDTIDS-REGISTRERINGSSYSTEMET

Ifølge lovforslaget er der metodefrihed i forhold til registreringen, og du vælger derfor selv, hvordan du indretter dit arbejdstidsregistreringssystem. Det ene-



PHOTO BY JOSHUA-OLSEN ON UNSPLASH

ste, der er påkrævet, er, at systemet er objektivt, pålideligt og tilgængeligt – og derfor egnet til at sikre overholdelsen af reglerne i arbejdstidslovgivningen. Tidsregistreringen kan derfor både foregå via elektroniske systemer eller ved fysiske timesedler, så længe systemet lever op til kravene i loven.

HVAD SKAL REGISTRERES, OG HVORDAN SKAL DET OPBEVARES

Det er bekræftet af beskæftigelsesministeren, at det ikke er et krav, at der sker registrering af, hvornår på dagen arbejdstiden ligger, men at det, der skal registreres, kun er den samlede daglige arbejdstid.

Registreringen skal være tilgængelig for den enkelte medarbejder under ansættelsen, og du skal opbevare oplysninger i fem år efter udløbet af den periode, der udgør grundlaget for beregningen af medarbejderens gennemsnitlige ugentlige arbejdstid (48-timers reglen).

UNDTAGELSE FOR SELVTLRETTELÆGGERE

Der er mulighed for at undtage visse medarbejdere ('selvtilrettelæggere') fra reglerne i arbejdstidslovens § 3 (pause), § 4 (48-timers reglen) og § 5 (natarbejde).

Undtagelsen gælder, hvis arbejdstidens længde – som følge af særlige træk ved det udførte arbejde ikke måles eller fastlægges på forhånd, eller når medarbejderen selv kan fastsætte arbejdstiden, hvor der er tale om medarbejdere, der kan træffe selvstændige beslutninger, eller som har ledelsesmæssige funktioner.

Derudover er det på nuværende tidspunkt ligeledes et krav, at medarbejderen er undtaget reglerne om hviletid i hviletidsbekendtgørelsen.

Det vil i alle tilfælde være en konkret og individuel vurdering af den enkelte medarbejders ansættelsesforhold – herunder blandt andet om medarbejderen har betydelig indflydelse på placeringen af arbejdstiden.

Q&A – NOGLE KONKRETE EKSEMPLER:

Q: Mine medarbejdere logger ind på kasseapparatet, når de møder ind og logger ud igen, når de har fri – kan det udgøre vores arbejdstidsregistreringssystem?

A: Da der er metodefrihed, kan et kasseapparat godt udgøre et arbejdstidsregistreringssystem, så længe det er objektivt, pålideligt og tilgængeligt. Spørgsmålet vil dog være, om det pålideligt viser medarbejdernes effektive arbejdstid; vil det fx også vise pauser, eller hvis medarbejderen begynder at arbejde inden kasseapparatet tændes?

Q: Vores butikschef står for vagtplaneringen og vælger derfor selv, hvornår hendes timer ligger. Kan hun anses som selvtilrettelægger og derfor være undtaget fra reglen om registrering af hendes arbejdstid?

A: Først og fremmest vil vurderingen af, om medarbejderen skal anses som selvtilrettelægger, altid skulle ske konkret. Dog vil det, at hun faktisk skal vagtplaneres tale imod, at hun er selvtilrettelægger, og det samme vil det faktum, at det er nødvendigt for en butikschef at være i butikken på samme tid som medarbejderne størstedelen af tiden.

Q: Min distriktschef kører ud til alle vores butikker rundt om i landet. Skal han registrere tiden, som han bruger i bilen?

A: Den tid, han bruger på at køre fra en butik til en anden, vil som udgangspunkt anses for effektiv arbejdstid, som skal registreres. Man kan dog vurdere, hvorvidt en sådan medarbejder kan anses som selvtilrettelægger – det kræver en konkret vurdering.

Af Cecilie Leth Bockhoff, advokat, Dansk Erhverv

Zalando fjerner vildledende bæredygtighedsikoner



PHOTO BY TOBIAS WEINHOLD ON UNSPLASH

Zalando har forpligtet sig til at ændre sin miljømarkedsføring. Virksomheden kommer fremover til at bruge konkrete udsagn om eksempelvis procentdelen af økologisk indhold og genanvendt materiale i sine produkter i stedet for bæredygtighedsikoner og bæredygtighedsudsagn. Forbrugerombudsmanden har behandlet sagen over for Zalando sammen med Europa-Kommissionen og de forbrugerbeskyttende myndigheder i Norge, Sverige og Tyskland.

Sagen handlede om Zalandos brug af bæredygtighedsikoner, bæredygtighedsfilter og bæredygtighedsudsagn samt den dokumentation, der kræves for at anvende den type udsagn.

ZALANDO FJERNER:

- Alle vildledende bæredygtighedsikoner – eksempelvis et træ eller et blad – der blev vist ved siden af produkter.
- Bæredygtighedsudsagn eller andre udsagn, der indikerede en miljømæssig og/eller etisk fordel uden en kvalifikation af udsagnet i direkte nærhed heraf.
- Bæredygtighedsikoner og bæredygtighedsudsagn fra Zalandos filterfunktion.

ZALANDO FORPLIGTER SIG TIL AT:

- Give oplysninger om specifikke produkttegenskaber, såsom et procenttal på hvor stor en andel af et produkt der stammer fra genbrugsmaterialer, herunder på produktdetaljesiden.
- Give mulighed for at filtrere produkter ud fra produkttegenskaberne, herunder ud fra ét kriterium.
- Revidere 'bæredygtighedssiden' og introducere to nye websider: Én med mere information om produktstandarderne og én om Zalandos bæredygtighedsrelaterede tiltag og strategier.

hedsrelaterede tiltag og strategier.

CPC-netværket – der består af forbrugerbeskyttende myndigheder fra EU og EØS-landene – har accepteret forpligtelserne på betingelse af, at Zalandos markedsføring kan dokumenteres og relaterer sig til aspekter, der er markante for produkternes miljøpåvirkning.

Forbrugerombudsmand Torben Jensen siger: "Virksomheder skal kunne dokumentere de miljømæssige fortrin, de markedsfører sig med, så forbrugerne kan stole på dem. Benytter en virksomhed generelle udsagn med videre om klima, miljø eller bæredygtighed i deres markedsføring, er der strenge krav til dokumentationen".

"Vi anbefaler derfor virksomhederne at være så konkrete som muligt. På den måde bliver risikoen for at vildlede forbrugerne mindre, mens udsagnene bliver lettere for virksomhederne at dokumentere".

"Samarbejdet med de øvrige EU og EØS-lande har den fordel, at de forbrugerbeskyttende regler relativt nemt kan håndhæves over for virksomheder, der markedsfører sig i flere EU og EØS-lande, hvilket er til stor gavn for forbrugerbeskyttelsen".

Husk kontantreglen!

Forbrugerombudsmanden har politianmeldt syv virksomheder for brud på kontantreglen ved enten at nægte på modtage kontanter eller besværliggøre kontantbetaling fra kunder.

Forbrugerombudsmanden oplyser i sin pressemeddelelse, at politianmeldelserne sker efter at have modtaget en række klager i perioden fra marts 2021 frem til sommeren 2023.

Som udgangspunkt skal virksomheder tage imod kontanter.

KONTANTREGLEN

Betalingsmodtagere har pligt til at tage imod betaling med kontanter i tidsrummet 06.00 til 22.00, hvis de modtager betaling med betalingsinstrumenter såsom betalingskort eller mobilbetaling.

Kontantreglen gælder ikke ved fjernsalg, f.eks. ved nethandel. Reglen gælder heller ved betalinger i ubemandede selvbetjeningsmiljøer, såsom en ubemandet tankstation.

Virksomheder, der ligger i et særligt røveriudsat område udpeget af erhvervsministeren, kan begrænse tidsrummet, de modtager kontanter i, til mellem kl. 06.00 og 20.00. Betalingsmodtageren skal opsætte skilt om det begrænsede tidsrum i butikken.

Reglerne følger af betalingsloven og overtrædelse af kontantreglen kan straffes med bøder.

Superfit er et af de førende børneskomærker i Europa

Superfit er med rundt regnet 5 mio. solgte par pr. år et af de førende børneskomærker i Europa. Siden grundlæggelsen af firmaet i 1972 er alle kollektioner i mere end 50 år udelukkende blevet fremstillet på læster, der egner sig til børn. "På den måde sikrer vi, at børn oplever verdens eventyr på sunde fødder", bekræfter Merete Sondermoelle, Sales Representative hos superfit. Kollektionen omfatter hjemmesko og udendørs sko til drenge og piger fra ca. 6 måneder til 12 år. superfit er allerede flere gange af de internationale forhandlere samt af forbrugerforeninger blevet valgt til det bedste børneskomærke. Saturnus modeller er blevet certificeret med den kendte miljømærkning Blauer Engel. Efterårs-/vinterkollektionen 24 omfatter både modeller udstyret med PFAS-fri Gore-Tex®- og Sympatex, der delvist fremstilles af genbrugsmateriale og derfor er særligt bæredygtig. "Vores mål er at producere Co2-neutralt før 2030", understreger Merete Sondermoelle. Med superfit miljøplanen iværksættes



Til superfit efterårs-/vinterkollektion 2024



der derfor omfattende foranstaltninger for at sikre kollektionens bæredygtighed.

Til superfit efterårs-/vinterkollektion 2024: QR-Code

Nyt butikskoncept hos Tamaris



Når et stærkt brand møder stærke partnere, bliver fremtiden en succes! Vores nye butikskoncept har masser af frirum, varme farver og et minimalistisk design, som skaber en moderne feelgood-atmosfære med et præg af boutique af høj kvalitet. Butikken går kunderne i møde på en inspirerende måde med digitale touchpoints, der afrunder den emotionelle shoppingoplevelse.

Lad os starte sammen!

Kontakt: expansion@wortmann.com

Sådan rammer konkursbølgen Skandinavien



PHOTO BY TIMON-STUDLER

Der var en markant stigning i antallet af konkurser i hele Skandinavien i løbet af 2023. Sverige oplevede den hårdeste udvikling med en stigning på 31 procent, efterfulgt af Norge med 25 procent og Danmark med 8 procent. Dette giver en stærk indikation af de udfordringer, erhvervslivet står over for.

I hele Skandinavien var konkursrisikoen ekstremt lav i løbet af pandemiårene, især i 2021, hvor både Sverige og Norge viste det laveste antal i de sidste fem år. Mange virksomheder overlevede takket være statens støttepakker. Konkursstigningen begyndte derefter i Danmark allerede i det tidlige forår 2022, mens Sverige og Norges stigning først slog igennem med fuld kraft i 2023.

Den procentvise stigning i Danmark er derfor ikke lige så kraftig det seneste år. I

Norge var konkurserne i 2023 på niveau med før pandemien, mens både Sverige og Danmark ligger et godt stykke over. Både i Sverige og Norge steg konkurserne jævnt i løbet af alle månederne sidste år. En tendens, der ser ud til at fortsætte i 2024.

"Det er en dystre udvikling, at vi ser så mange konkurser i hele Skandinavien. Landene har en lignende stigende trend, og de dårligere økonomiske tider med inflation, stigende renteomkostninger og tilbageholdende husholdninger har ramt hårdt i alle tre lande. Vores vurdering er, at høje konkurstal vil præge størstedelen af 2024", siger Henrik Jacobsson, administrerende direktør for Creditsafe Sverige.

Morten Kofoed-Larsen, Country Manager i Creditsafe Danmark, konstaterer; "Det er bemærkelsesværdigt at se, at antallet af konkurser i Danmark for 2023 har

nået det højeste antal konkurser siden 2010 og overskredet 1000 konkurser på en måned for første gang nogensinde. Denne udvikling afspejler en udfordrende økonomisk tid, hvor virksomheder står over for unikke udfordringer og behov for tilpassede strategier for at sikre deres fremtidige succes".

STØRST RISIKO I DANMARK

Samtidig med at konkurserne stiger i alle tre lande, har Danmark den højeste andel konkurser i forhold til antallet af aktive virksomheder i landet – og dermed den højeste konkursrisiko.

I Danmark gik i alt 1,41 procent af alle danske aktie- og anpartsselskaber konkurs, sammenlignet med 1,08 procent af svenske aktieselskaber og kun 0,79 procent af norske aktieselskaber.

Få styr på forårets helligdage

Dine medarbejdere har som udgangspunkt ikke krav på helligdagsfri, betalt fri eller tillæg på helligdage ifølge lovgivningen. Hvis medarbejderne er ansat på en særlig overenskomst, for eksempel butiksoverenskomsten, kan der dog være tale om særlige regler.

Under butiksoverenskomsten skal der

nemlig ske en reduktion af den enkelte ansattes samlede arbejdstid i henhold til helligdagene i perioden. Det betyder at der for en fuldtidsansat skal trækkes 7,5 time fra den samlede arbejdstid i den givne arbejdsplan for hver helligdag, der indgår i perioden. Det er uden betydning om den ansatte arbejder på den givne

helligdag.

Derudover skal ansattes overarbejde kompenseres med 100% oveni den almindelige timeløn på helligdage.

Læs mere om reglerne i de forskellige overenskomster på www.danskerhverv.dk

Danske detailhandlere for dårlige til at få registreret og digitaliseret data



DATATILSYNET

Hver anden danske virksomhed i SMV-segmentet digitaliserer ikke finansielle data tilstrækkeligt. Det fører til lavere lønsomhed og mindre udbytte, vurderer CBS-professor Thomas Plenborg.

Der findes knap 300.000 danske virksomheder i SMV-segmentet, og op mod halvdelen af dem halter markant efter, når det kommer til digitalisering af deres finansielle data. Det er vurderingen fra Thomas Plenborg, der er professor ved institut for regnskab hos CBS.

Uden digitalisering af data er det umuligt at lave den nødvendige segmentering af virksomhedens lønsomhed fordelt på kundetyper, markeder og produkter. Det viser en nylig dansk undersøgelse, der også viser, at dem, der gør det, har en højere lønsomhed. "Det indikerer, at med en korrekt anvendelse af data efter disse er blevet registreret og digitaliseret, skabes der markant bedre forudsætninger for at tjene gode penge. Samtidig styrkes forudsætningerne for investeringer og det udbytte, som kan tages ud af forretningen", siger Thomas Plenborg og uddyber:

–"Generelt er der stor variation i måden, hvorpå man i SMV-segmentet får registreret og digitaliseret finansielle data, hvor ofte man gør det, og hvordan man efterfølgende bruger data. Jo bedre du som virksomhed er til at få data digitalise-

ret og efterfølgende anvende disse data til at analysere virksomheden og dens segmenter, jo bedre er du til at styre din virksomhed. Og det smitter positivt af på indtjeningen".

BETYDELIGE KONSEKVENSER

Hos danske Crediwire, der tilbyder virksomheder bedre finansielle muligheder, er løbende digitale data et strategisk nøglepunkt, og ifølge Mads Brix, som er CCO i virksomheden, kan manglende digitalisering og dermed den manglende forståelse have betydelige konsekvenser.

"Hvis man som virksomhedsejer ikke har løbende digitale data, er det umuligt at se udfordringerne, før de rammer. Det kan lede til likviditetsproblemer og betyde, at man ikke har tilstrækkelige midler til løbende at dække udgifter til lønninger, moms, regninger og leverandørbetalinger", siger Mads Brix.

Hos fintech-virksomheden Treyd, som tilbyder danske detailhandlere at betale leverandørfakturaer up-front for at frigøre kapital, er digitale data ligeledes en meget vigtig del af forretningen. De ser tydeligt, at virksomheder, der er på forkant med at digitalisere deres regnskab, også er dem, der klarer sig bedre økonomisk.

"At arbejde med data i forbindelse med

et regnskab i en statisk årsrapport, der for hver dag bliver ældre og ældre, skaber ikke et retvisende billede af en virksomheds finansielle situation. Derfor er muligheden med friske data vigtig for os, når vi skal kreditvurdere vores kunder. Det giver os en økonomisk sikkerhed, og samtidig giver det vores kunder de bedste betingelser i forhold til den service, de efterspørger hos os", siger Peter Beckman, der er CEO i Treyd.

SOM AT KØRE BIL MED BIND FOR ØJNENE

Ifølge Mads Brix vil 2024 være året, hvor en stor del af virksomhederne i SMV-segmentet vil prioritere de digitale data på grund af den nye bogføringslov.

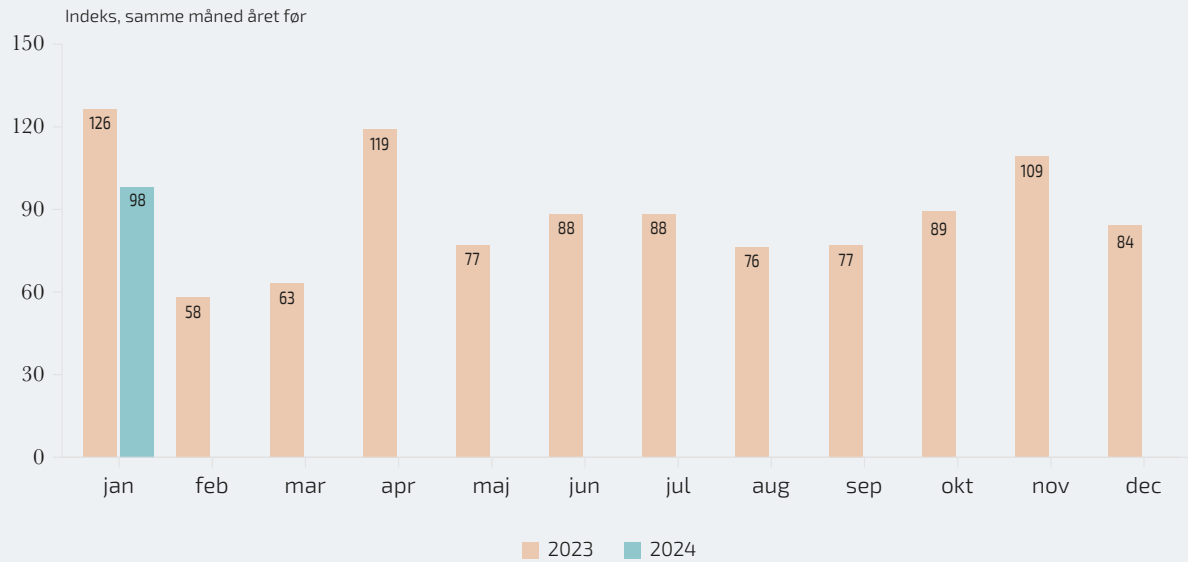
"Der kommer et skifte nu, hvor virksomheder skal bruge tid og penge på at digitalisere. Vores vurdering er, at der blandt især små og mellemstore virksomheder slet ikke er nok fokus på, hvad de kan få ud af den digitalisering. Der er ingen grund til digitalisering for digitaliseringens skyld. Det afgørende må være, om du får mere viden, så du kan tage bedre beslutninger og bygge en stærkere virksomhed", siger Mads Brix og fortsætter:

"Hvis ikke du har overblik over din forretning, svarer det lidt til at køre bil med bind for øjnene. Hvornår skal du stoppe? Hvornår skal du dreje? Hvordan ved du, om der er rødt eller grønt? Jo mere du ved, og jo bedre du forstår din virksomhed, des bedre beslutninger kan du tage. Det vil øge dine chancer for succes. Din eneste anden mulighed er at gætte – og det har aldrig været en god forretningsstrategi".

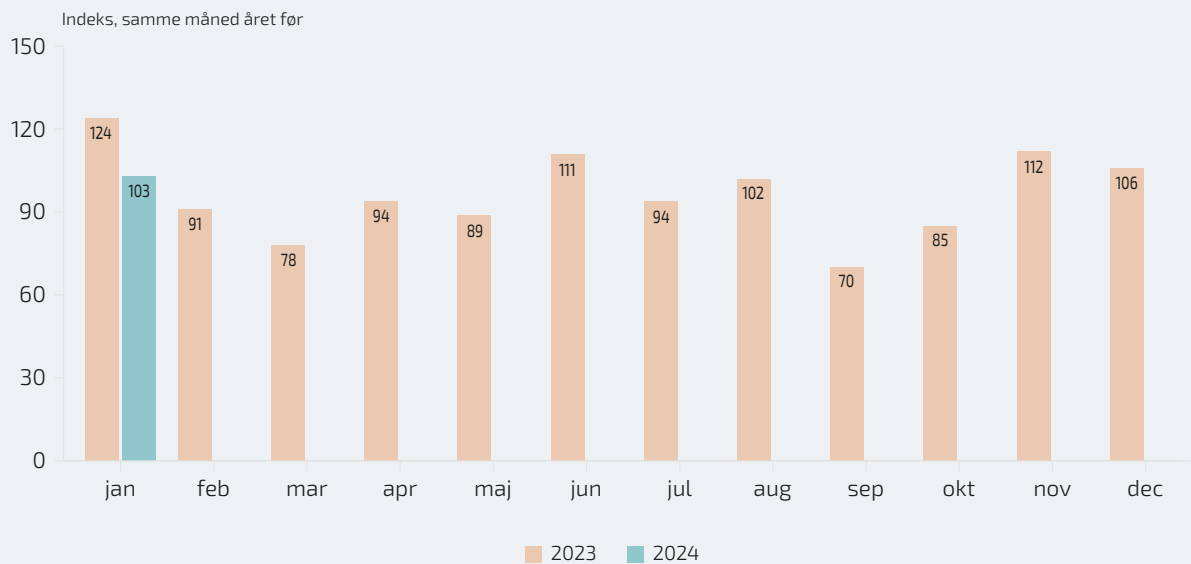
Mads Brix påpeger slutteligt, at der er en lang række andre negative konsekvenser ved ikke at have styr på digitaliseringen og løbende indsigt i sin virksomhed. Han fremhæver især lav lønsomhed, reduceret investeringsgrad, mindre udbytte og manglende adgang til likviditet.

SKOBAROMETER

WEBSHOP



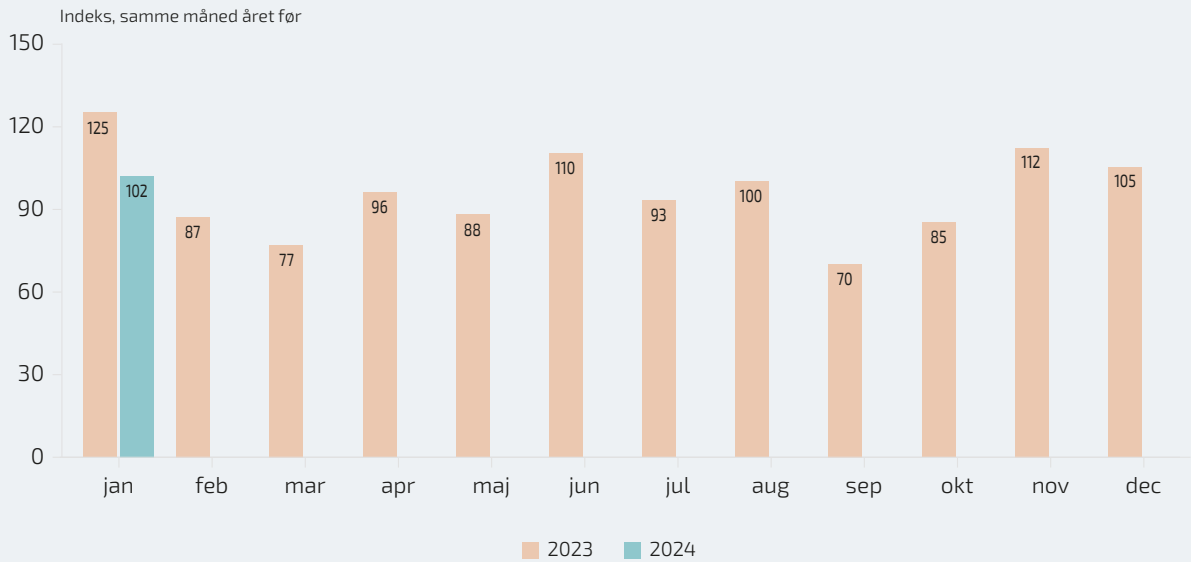
BUTIKKER



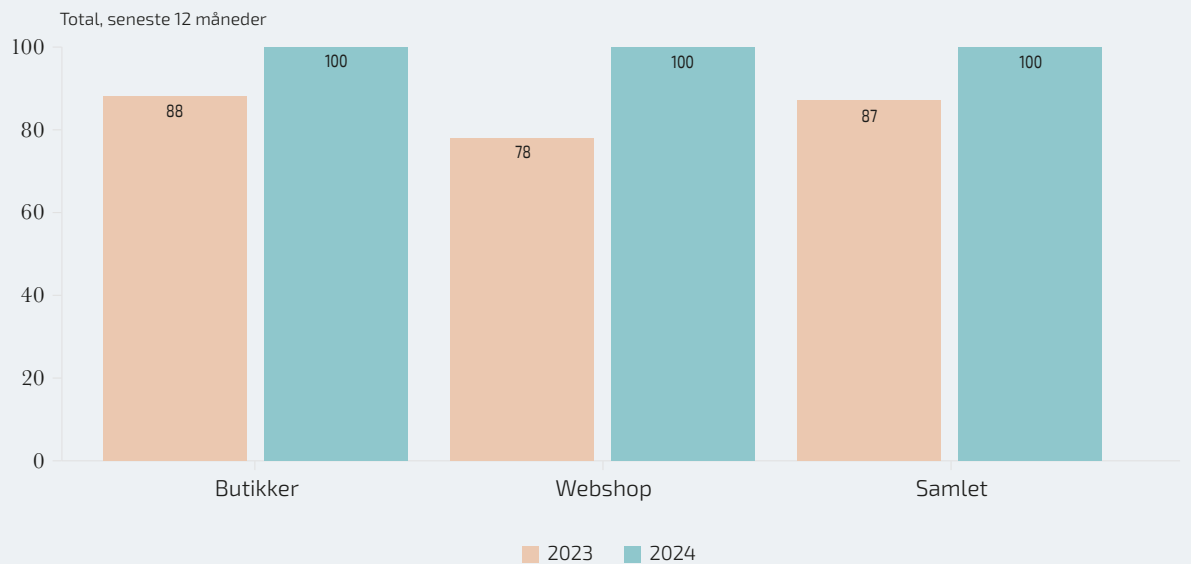
Salgstallene er indsamlet fra et udvalg af Skobranchen.dk's medlemmer.

SKOBAROMETER

SAMLET

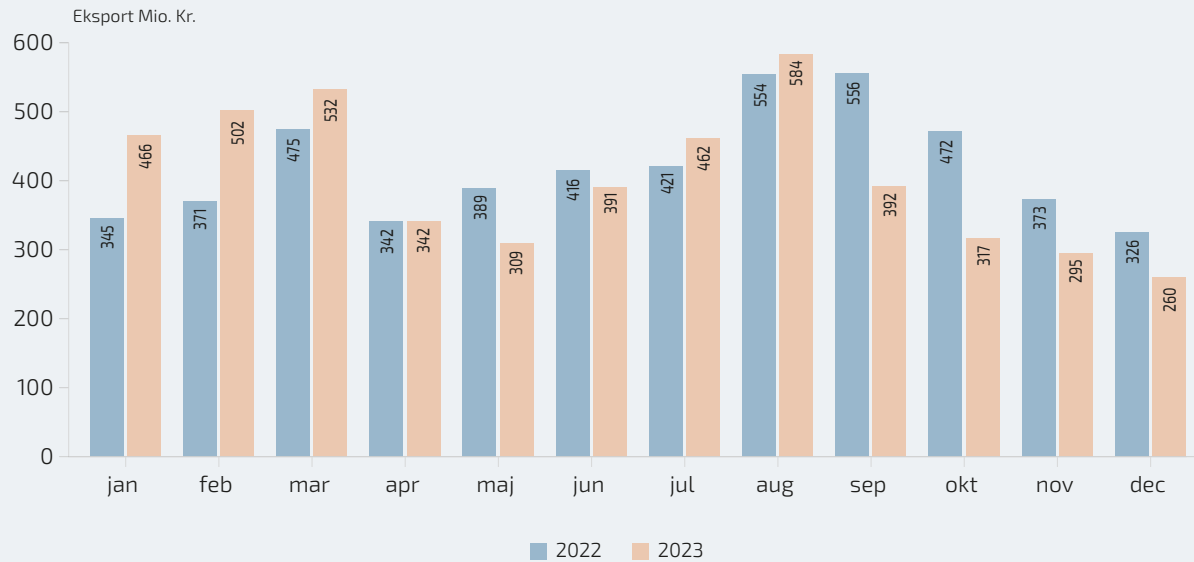


LØBENDE SENESTE 12 MÅNEDER: FEBRUAR 2023 – JANUAR 2024

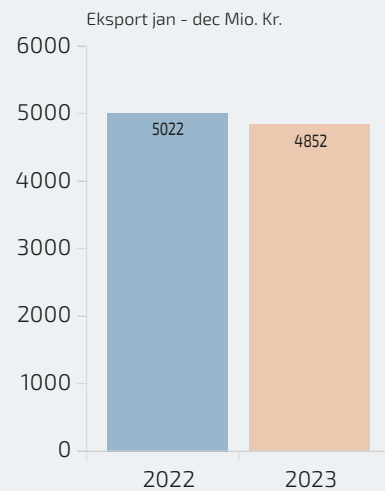
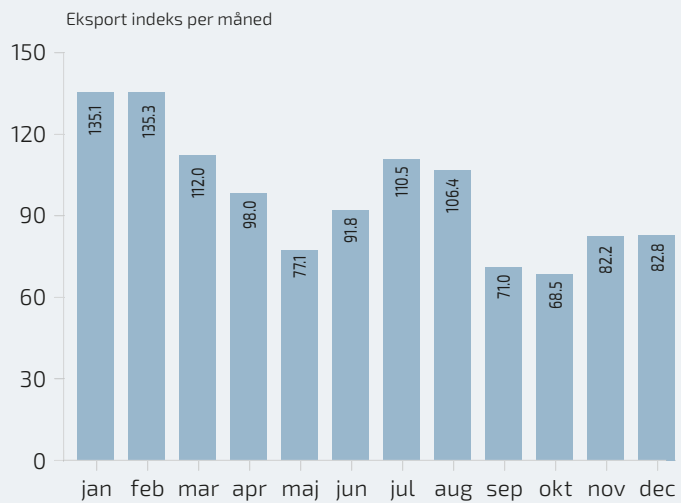


SKO BAROMETER

EKSPORT



EKSPORT PER MÅNED



Eksporttallene i SKO's branchebarometer er hentet fra Danmarks Statistik.



KOLOFON

Medlemsblad for
SKOBRANCHEN.DK

Udgivet af
ISSN 0909-3826
SKOBRANCHEN.DK
Børsen
DK-1217 København K

Tlf. +45 33 74 61 39
info@skobranchen.dk
www.skobranchen.dk

Redaktør
Pia Finne
Tlf. +45 20 78 50 64
pia@piafinne.dk

Layout og annonceralg
Mads Krabbe
Tlf. +45 42 47 00 91
mads@krabbedesign.dk

Forsiden
Billedet er genereret
af Midjourney, en visuel
AI generator.



HVAD HAR
SKO & FORSIKRING
TILFÆLLES?

ONE SIZE
DOES NOT
FIT ALL!

Alm
Brand

Rabatter og særlige dækninger; Kun for medlemmer af
MERK, Skobranschen.dk og Mens Fashion World

Ring og hør mere på tlf. 96101703

Eller skriv til Nicklas nika@almbrand.dk, eller Morten abmojk@almbrand.dk