

Pressemitteilung

1. Juli 2019

Tendence 2019: Sommerhitze und coole Trends

Erdmann Kilian
 Tel. +49 69 75 75-5871
 Erdmann.Kilian@messefrankfurt.com
 www.messefrankfurt.com
 www.tendence.messefrankfurt.com

Nach Handelsformen, Lebensstilen und Zielgruppen gegliedert orientierte sich die Tendence 2019 konsequent an den Bedürfnissen der Kunden. Drei Tage lang präsentierten 603 Aussteller die angesagten Lifestyle- und Trendprodukte. Ein modifiziertes Konzept, zahlreiche Events und Live-Präsentationen trugen zur guten Stimmung bei den Ausstellern und Besuchern bei. Trotz hochsommerlicher Hitzewelle überzeugte das vielseitige Angebot die 15.000 Fachbesucher¹, versetzte sie in Kauflaune und regte zum Ordern und Kontakte knüpfen an.

Im Fokus der Tendence standen an drei Veranstaltungstagen neben dem veränderten Konzept und jeder Menge Inspirationen auch die Herausforderungen im Konsumgütermarkt. Der Wandel in der Konsumgüterbranche war im letzten September ein Grund, das Profil der Tendence anzupassen und die Messedauer auf drei Tage zu verkürzen. „Das veränderte Konzept und die Entscheidung, die Tendence konsequent an Strukturen und Bedürfnisse des Handels anzupassen, wurde von diesem angenommen und verstanden. Das ist der erste wichtige Schritt zur Akzeptanz des Konzeptes. Damit bieten wir vielfältige Impulse und Hilfestellungen an, um wettbewerbsfähig zu bleiben. Auch der Launch der zwei neuen Online-Plattformen Nextrade und Conzoom Solutions zeigt, wie die Messe Frankfurt zukünftig den Handel bei der voranschreitenden Digitalisierung unterstützt“, so Stephan Kurzawski, Geschäftsleitung der Messe Frankfurt Exhibition GmbH.



Netzwerken und Ordern auf der Tendence 2019 in der Halle 11.0

Messe Frankfurt Exhibition GmbH
 Ludwig-Erhard-Anlage 1
 60327 Frankfurt am Main

¹ FKM-zertifiziert, 2018: 17.736 Besucher

Sonderpräsentationen wie die Tendence Academy, Paper & Friends, das Village, das EVL-Areal oder The Store boten den Besuchern vielfältige Mehrwerte und Best Practice-Beispiele zur Umsetzung im heimischen Geschäft.

Auch Thomas Grothkopp, Geschäftsführer Handelsverband Wohnen und Büro, sieht einen Mehrwert für den Handel: „Die Tendence ist zu einer echten „Mehrwertmesse“ geworden: spannende Vorträge, ausgezeichnetes Design, innovative Ideen und außergewöhnliche Konzepte von Ausstellern kompakt an drei Tagen. Darunter war für jeden Fachbesucher etwas Besonderes. Selbstverständlich ist dies alles ergänzend zu den Ausstellern, die ihre Kollektionen für 2020 und Ergänzungen für das diesjährige Weihnachtsgeschäft attraktiv präsentierten. Spannend war auch, wie der Schleier über Nextrade gelüftet wurde, um die neuen Möglichkeiten des Orderns auf dem digitalen Marktplatz darzustellen. Auch die Wissensplattform Conzoom Solutions ging zur Tendence ans Netz und ist ein echter Mehrwert für den Handel.“

Bei wieder einmal tropischen Temperaturen nutzten 15.000 Einkäufer aus 80 Ländern die Tendence zum Networking, Erleben und Ordern. Die Zufriedenheitswerte auf Besucherseite befinden sich weiterhin auf hohem Niveau. Der Anteil der internationalen Einkäufer bleibt im Vergleich zum Vorjahr stabil. Die Topbesuchernationen nach Deutschland waren die Schweiz, Italien, Österreich, Frankreich, die Volksrepublik China, die Niederlande, Japan, Polen, Belgien, Vietnam und Großbritannien. Besucherzuwachs verzeichnete die Fachveranstaltung insbesondere aus Irland und Südosteuropa.

Morgen geht es weiter – Konferenzformat Pioneers of Lifestyle

Am Dienstag, dem 2. Juli 2019, lädt die Konferenz Pioneers of Lifestyle – im Anschluss an die Tendence – zu hochkarätigen Vorträgen zu den Themen Service, Retail und Digitalisierung des Handels sowie zum Netzwerken ein.

Die Online-Plattformen Nextrade und Conzoom Solutions gehen live

Zur Tendence 2019 launchte die Messe Frankfurt gleich zwei neue Online-Plattformen. Eine dieser Plattformen ist der internationale B2B-Marktplatz Nextrade: www.nextrade.market.

Dahinter verbirgt sich ein neues digitales Order- und Datenmanagement für Lieferanten und Händler der Konsumgüterbranche in nur einem System. Nextrade verlängert die Messe und ermöglicht Bestellungen zu jeder Tages- und Nachtzeit an 365 Tagen im Jahr. Auch die neue Content-Plattform Conzoom Solutions stellte die Messe Frankfurt auf der Tendence erstmalig vor: www.conzoom.solutions.

Sie bietet dem Konsumgüterhandel ein vielfältiges Angebot, gibt einen Komplettüberblick über das Portfolio der Messe Frankfurt im Konsumgüterbereich und stellt dort gebündelt Informationen für den Handel zusammen.

Tendence
Internationale Frankfurter Messe
Frankfurt am Main, 29. Juni bis 1. Juli
2019

Ausstellerstimmen

Auch für die Aussteller ist das veränderte Konzept der richtige Weg in die Zukunft. Sie zeigten sich zufrieden mit dem Engagement der Messe Frankfurt und der Tendence 2019:

Halle 8.0

Daniel Henriksen, Sales & Marketing Director, Hübsch-Interior:

„Die Tendence ist ungebrochen einer unserer wichtigsten Touchpoints mit dem deutschen Markt. Denn jedes Jahr sind die Stimmen zur Wahrnehmung des skandinavischen Trends im Raum Deutschland immens wertvoll für uns. Auch in diesem Jahr gehen wir mit zahlreichen Impulsen im Gepäck nach Hause, die wir mit unseren Designern in Dänemark teilen.“

Halle 9.0

Lars Adler, Geschäftsführer Hoff Interieur und

Vorstandsvorsitzender des Europäischen Verbandes Lifestyle:

„Der Besucher findet hier eine komplett neue Tendence vor: eine neu aufgeplante und neu strukturierte Messe. Der Relaunch ist geglückt und unsere Kunden haben das neue Konzept durchweg gelobt.“

Halle 11.0

Christian Gehlmann, Geschäftsführer, Gehlmann:

„Wir kamen auf die Messe mit einer klaren Vorstellung unserer Zielgruppe: Großhändler, die frühzeitig ihre Geschäftsplanung vornehmen und bewusst Vororder für das nächste Jahr einholen wollen. Es freut uns deswegen sehr, dass die Halle 11 uns genau mit dieser Zielgruppe zusammengeführt hat. Für uns ist das Hallenkonzept sehr erfolgreich aufgegangen: Wir konnten viele großvolumige Bestellungen verzeichnen und haben zudem unsere internationale Klientel aus Süditalien, Spanien und dem Libanon erreicht.“

Halle 12.0

Jan Philippi, Geschäftsführer, Philippi:

„Die Zusammenstellung der Tendence finde ich super und sehr mutig. Am ersten Tag hatten wir weniger Kunden, aber seitdem läuft es prima und wir haben viel Betrieb. Die Zusammenstellung in der Halle 12.0 ist einfach perfekt. Ich habe es nicht erwartet, aber es waren erstaunlich viele Kunden aus dem Ausland hier. Wir hatten Japaner, Peruaner, Russen und Spanier am Stand. Die Tendence hat immer noch einen internationalen Ruf.“

Village

Dimi Aptidis, Vertriebsleiter, Good old friends

„Wir haben uns sehr gefreut, dass die Tendence mit dem neuen Hallenkonzept die Qualität geboten hat, die unsere Besucher auch erwarten – denn eins ist klar: Einfache Warenpräsentation funktioniert nicht mehr. Auch wenn sich mit dem neuen Ansatz vielleicht traditionelle Aussteller nicht immer sofort abgeholt fühlen, ist eine solche konzeptionelle Neuausrichtung nach Lebenszielen für uns genau der richtige Weg. Ich finde, dass gerade die Sonderpräsentationen und die Modenschauen dieses Einkaufserlebnis gestalteten und emotionalisierten – das war auch an unserem Stand deutlich zu spüren.“

Tendence
Internationale Frankfurter Messe
Frankfurt am Main, 29. Juni bis 1. Juli
2019

Tendence Trends 2019/2020

Sanftes Grün spaziert von den Laufstegen in die Wohnzimmer – kombiniert mit Rosa schafft es warme Sommertöne. Sonnengelb ist die Farbe der Saison. Im Zusammenspiel mit Schwarz und Weiß ist sie im Interior-Bereich sehr beliebt. Für den perfekten Look gehört ausreichend Flechtwerk aus Rattan und Bast. Auch Accessoires, die wie selbstgemacht aussehen, es aber nicht sind, stehen hoch im Kurs. Der Trend zur Natürlichkeit bleibt. Scheinbar im Gegensatz zu der Naturfarbe steht die anhaltende Vorliebe der Einrichtungstrends für Edelmetalle wie Gold und Kupfer, wobei Kupfer ein wenig von Messing verdrängt wird. Auch Farbgebungen in Silber sind sehr trendig und begehrt. Im Bereich der Accessoires halten frische Pflanzen vermehrt Einzug, die den Hang zur Natur darlegen. Frisches Obst hat auch im Interieur Hochsaison: Ob auf Stoffen, Kissen oder an der Wand – die Frische bleibt dort umso länger erhalten. Auch an großen Blätterprints kommen wir nicht vorbei.



Dschungelfarben sorgen dieses Jahr für Abwechslung bei der weihnachtlichen Tischdekoration.

Die nächste Tendence findet vom 4. bis 6. Juli 2020 statt.

Ins Netz gegangen

Weitere Informationen sowie Bildmaterial in druckfähiger Qualität finden Sie unter: www.tendence.com/journalisten.

#tendence19

www.twitter.com/tendencefair

www.facebook.com/tendencefair

Tendence – Ideen für die Zukunft des Handels kombiniert mit den Must-Haves der Saison

Konsequent nach Handelsformen, Lebensstilen und Zielgruppen gegliedert, orientiert sich die Tendence (4. bis 6. Juli 2020) an den Bedürfnissen der Konsumenten. Damit können Händler zielgerichtet ihre Sortimente zusammenstellen und es im Geschäft so umsetzen, wie es vor Ort den Geschäftserfolg sicherstellt. Als Fachmesse für Konsumgüter zeigt sie die aktuellen Trends und Produkte für das Einrichten, Dekorieren, Schenken, beim Schmuck, Fashionbedarf und Genießen. Händler erhalten vielfältige vertriebsunterstützende Impulse und konkrete Unterstützung durch ein leistungsstarkes Rahmenprogramm. Die Tendence ist die Neuheitenplattform zur

Tendence
Internationale Frankfurter Messe
Frankfurt am Main, 29. Juni bis 1. Juli
2019

Präsentation von Winter- und Weihnachtstrends. Gleichzeitig bietet sie Gelegenheit auf zeitige Order für Frühjahrs- und Sommerkollektionen.

Hintergrundinformationen Messe Frankfurt

Messe Frankfurt ist der weltweit größte Messe-, Kongress- und Eventveranstalter mit eigenem Gelände. Mehr als 2.500 Mitarbeiter an 30 Standorten erwirtschaften einen Jahresumsatz von rund 718 Millionen Euro. Wir sind eng mit unseren Branchen vernetzt. Die Geschäftsinteressen unserer Kunden unterstützen wir effizient im Rahmen unserer Geschäftsfelder „Fairs & Events“, „Locations“ und „Services“. Ein wesentliches Alleinstellungsmerkmal der Unternehmensgruppe ist das globale Vertriebsnetz, das engmaschig alle Weltregionen abdeckt. Unser umfassendes Dienstleistungsangebot – onsite und online – gewährleistet Kunden weltweit eine gleichbleibend hohe Qualität und Flexibilität bei der Planung, Organisation und Durchführung ihrer Veranstaltung. Die Servicepalette reicht dabei von der Geländevermietung über Messebau und Marketingdienstleistungen bis hin zu Personaldienstleistungen und Gastronomie. Hauptsitz des Unternehmens ist Frankfurt am Main. Anteilseigner sind die Stadt Frankfurt mit 60 Prozent und das Land Hessen mit 40 Prozent.

Weitere Informationen: www.messefrankfurt.com