

# Tendence 2018 / Messe Frankfurt

## Erster Ordertermin für den Herbst

Mittwoch, 14.03.2018



Foto: Messe Frankfurt/Tendence

Die Tendence ist die internationalste Orderplattform Deutschlands für die zweite Jahreshälfte. Vom 30. Juni bis 3. Juli 2018 finden Händler hier ein umfassendes Produktportfolio aus den Bereichen Wohnen, Einrichten, Dekorieren, Geschenkartikel, Schmuck, Fashionbedarf, Gedeckter Tisch, Küche, Heimtextilien und Outdoor. Frische Impulse geben zudem die Sonderareale Tendence.Impulse, Outdoor Living oder die Tendence Academy.

„Die Qualität der Sonderpräsentationen auf der Tendence ist extrem hoch. Damit möchten wir dem mittleren und kleinen Einzelhandel auf inszenierten Ausstellungsflächen und durch ein leistungsstarkes Rahmenprogramm vermitteln, wie man gezielt Produkte platziert und aus dem Einkauf ein wirkliches Erlebnis macht“, so Philipp Ferger, Bereichsleiter Tendence.

### Erlebniswelt Tendence

Um beim Verbraucher besonders aufzufallen, brauchen Händler das gewisse Etwas. Individuelle Warenpräsentationen, innovative Sortimente, aufmerksamkeitsstarke Events und nachhaltige Kundenbindungsprogramme unterstützen dabei. Nach dem erfolgreichen Start 2017 macht der Handel gemeinsam mit der Messe Frankfurt auf dem Areal Tendence.Impulse in Halle 11.0 Tisch- und

Dekorationsthemen als Kundenevents erlebbar. Das Ganze gibt es auch digital. Einzelhändler, die kurzfristig Ideen für Weihnachtsaktionen suchen, können sich online auf der Tendence.Impulse-Website inspirieren lassen und erhalten dort einen digitalen Event-Planer für die ausgewählten Aktionen im Geschäft, ganz einfach zum Selbermachen.

Größer und mit mehr Ausstellern als im Vorjahr zeigt sich das Outdoor Living Areal. Gartenpflanzen werden zwischen der Galleria und der Halle 10 sowie auf dem Freigelände F11 zusammen mit Outdoor-Lifestyle-Produkten in Szene gesetzt.

Ein weiterer Ideengeber ist die Produktsonderpräsentation in Halle 9.0. Hier steht die Zusammensetzung von Kern- beziehungsweise Zusatzsortimenten genauso wie deren Präsentation am Point-of-Sale im Vordergrund. Sie zeigt, wie man aus seinem eigenen Laden eine Art Concept Store machen kann, so dass Kunden neugierig werden und länger im Geschäft verweilen.

Wie die Gestaltung des Point-of-Sale noch größere Aufmerksamkeit erregen kann und Interesse in Kaufabsicht umwandelt, zeigen neun renommierte Marken im Village. In Halle 11.0 sind Cedon, Designimdorf, Charles & Marie, Donkey Products, Gift Company, Good old friends, Nogallery, Paperproducts und Werkhaus für Einkäufer Kontaktpunkt und Inspirationsquelle.

### **Tendence Academy**

Das Eventprogramm für den europäischen Facheinzelhandel bietet reichlich Inspiration. Es gibt relevante Impulse für die Laden- und Schaufenstergestaltung und bietet Starthilfe beim Onlinehandel. Angeboten werden auf der Bühne in der Halle 9.1 Vorträge für Schmuck- und Accessoire-Einkäufer und für die grüne Branche. Auch Einzelhändler und Dienstleister, die ihr Knowhow in Sachen Webshops und Online-Marketing noch ausbauen möchten, sind hier genau richtig.

### **Erster Ordertermin für den Herbst**