

# Tendence / Messe Frankfurt

## Konsumgütermesse schließt mit hoher Zustimmung

Dienstag, 27.08.2013



Rund 38.000 Besucher informierten sich in diesem Jahr auf der Tendence. Foto: Tendence

Mit hoher Zustimmung der Aussteller und Besucher schließt die internationale Konsumgütermesse Tendence nach viertägiger Dauer heute ihre Tore. Aussteller aus 55 Ländern zeigten rund um die Themen Wohnen und Schenken Neuheiten für die Herbst- und Wintersaison sowie einen ersten Ausblick auf das Frühjahr. „Die Tendence bleibt eine der wichtigsten europäischen Orderplattformen in der zweiten Jahreshälfte. In einem schwierigen konjunkturellen Umfeld in Europa ist es uns gelungen, die Tendence durch eine gezielte Repositionierung im Sinne unserer Aussteller und Besucher erfolgreich zu gestalten. Das neue Konzept zeigt erste Erfolge. Die Gesamtbeurteilung der Messe ist signifikant im Vergleich zum Vorjahr gestiegen“, wird Detlef Braun, Geschäftsführer der Messe Frankfurt GmbH, in einer Pressemitteilung zitiert. Die Mehrheit der Aussteller zeigte sich nach Angaben der Veranstalter mit dem Orderverhalten der Fachbesucher sowie deren Qualität sehr zufrieden und betonte den hohen Stellenwert der Frankfurter Konsumgütermesse für die Branche. Bei den Besucherzahlen gab es entsprechend dem Branchentrend einen erwarteten Rückgang: An den nunmehr nur vier Messetagen nutzten rund 38.000 Besucher das Angebot der Tendence. Im vergangenen Jahr waren es an den insgesamt fünf Messetagen 45.477 Besucher. Die Top-10-Nationen auf Besucherseite waren die Schweiz, Österreich, Frankreich, die Niederlande, Italien, Belgien, China, Polen, Spanien und die Russische Föderation. Damit kamen rund 20% der Besucher aus dem Ausland. Auf mehr als 98.000 qm Bruttoausstellungsfläche zeigten 1.307 Aussteller aus 55 Ländern (inklusive Ecostyle und Webchance) Neuheiten für die Herbst- und

Wintersaison sowie Trends für das kommende Frühjahr. Damit war die Ausstellungsfläche etwas kleiner als im Vorjahr, was unter anderem auf einen strategisch geplanten Rückgang der asiatischen Aussteller zurückzuführen ist. Dies betrifft insbesondere Aussteller aus China, Hongkong und Indien. Der deutsche und europäische Fachhandel war stark auf der Tendence vertreten und nutzte die Veranstaltung, um sich für das wichtige bevorstehende Winter- und Weihnachtsgeschäft zu rüsten. Zudem zeigen erste Ergebnisse der Ausstellerbefragung: Die Qualität stimmt bei starker Orderaktivität. Stephan Koziol, Vorstandsvorsitzender des Europäischen Verbandes Lifestyle, bestätigt diese Einschätzung: „Vor dem Hintergrund eines für die Branche sehr schwierigen ersten Halbjahres ist die Tendence positiv verlaufen. Die Erwartungen wurden insgesamt übertroffen. Eine kompetente Konsumgüterveranstaltung für die zweite Jahreshälfte, wie die Tendence sie darstellt, ist für die Branche enorm wichtig.“ Peter Schönhofen, Geschäftsführer von Kare Design ist ebenfalls zuversichtlich. „2013 ist für uns insgesamt ein erfolgreiches Jahr und die Tendence war jetzt der perfekte Auftakt in ein wirklich gutes Weihnachtsgeschäft. Der Herbst ist nationaler als das Frühjahr mit der Ambiente. Dennoch haben wir viele neue Kunden nicht nur aus Deutschland erreicht, sondern beispielsweise auch aus Osteuropa.“ Zeitgleich zur Tendence fanden erstmals die beiden neuen Messeformate Ecostyle und Webchance statt. Auf der Ecostyle (24. bis 26. August) – der ersten Informations- und Orderplattform für geprüft nachhaltige Konsumgüter im europäischen Einzelhandel – zeigten 76 Aussteller umweltbewusste Lifestyle- und Designprodukte. Während der dreitägigen Veranstaltung informierten sich über 5.000 Fachbesucher in der Halle 10.1 über nachhaltige Trends. Die Fachmesse Webchance informierte Einzelhändler am 24. und 25. August über erfolgreiches Werben und Verkaufen im Internet. Etwa 2.000 Fachbesucher nutzten das zweitägige Vortragsforum mit mehr als 20 Vorträgen. Der Termin der nächsten Tendence ist vom 30. August bis 2. September 2014.

## **Konsumgütermesse schließt mit hoher Zustimmung**