Tendence – Neue Konzepte
Die Weichen stehen auf Wachstum

Tendence 2017: Neuausrichtung mit Heimtextilien, Outdoor und Grünpflanzen

Mittwoch, 15.02.2017

Jede Menge Neuheiten rund um Einrichten, Wohnen und Schenken zeigt vom 24. bis 27. Juni 2017 die internationalste und erste Orderplattform der zweiten Jahreshälfte. Mit einem deutlich breiteren Produktangebot und einem neuen Termin setzt sich die Frankfurter Konsumgütermesse Tendence auf die Pole-Position vor alle anderen Herbst-Orderevents und bietet dem europäischen Facheinzelhandel exklusiv die Neuheiten für die zweite Jahreshälfte.
Unter dem Schlagwort „Two Seasons, One Date" ist sie damit ebenfalls der Branchentreffpunkt für alle großvolumigen und internationalen Formen des Handels. Volumeneinkäufer finden International Sourcing als eigenen Angebotsbereich daher in der Halle 10.1.
„Unser Ziel war und ist ganz klar – Wachstum. Und das sowohl bei neuen Ausstellern als auch Besuchergruppen. Und dieses Ziel haben wir nahezu erfüllt: Bereits jetzt ist die Halle 8.0 mit Seasonal Decorations und Lovely Home überbucht. Ebenfalls geht im Bereich Heimtextilien die Wachstumsstrategie auf. Und auch Outdoor kommt. Wir sind also auf dem richtigen Weg", so Philipp Ferger, Group Show Director Tendence.

„Impulse by Tendence"

Mit dem neuen Areal „Impulse by Tendence" in der Halle 11.0 gibt die Tendence Antworten auf Fragen, die sich der europäische Facheinzelhandel vor dem Hintergrund der fortschreitenden Digitalisierung täglich stellt. Messe und Industrie treffen hier aufeinander und zeigen Beispiele, die jedes Geschäft umsetzen und effizient in Szene setzen kann. Durch inszenierte Markenerlebnisse erhält der Handel neue Impulse – und das unterstützt mit modernster Technologie wie App und Internet. Auf einer inszenierten Gemeinschaftsfläche mit Bühnen und Workshops erfährt der Händler, wie man am POS den Absatz erhöhen und Aufmerksamkeit für sein Geschäft gezielt steigern kann. Der Clou – das Messe-Erlebnis wird mit der interaktiven App für alle, die auf die Messe kommen, bis zur nächsten Tendence verlängert.
„Positiver Nebeneffekt: durch dieses neue Konzept bauen wir auch das Angebot im Bereich Küche und gedeckter Tisch aus", unterstreicht Ferger. Als Premium-Partner sind bereits Branchenführer wie ASA, Blomus, Elo, Eva Solo, Jähn und Koziol mit an Bord.

Outdoor und Zierpflanzen

Erstmals wird es am Übergang von der Galleria 0 zur angrenzenden Außenfläche eine inszenierte Ausstellungsfläche auf der Tendence geben. Aussteller aus dem Outdoor-Segment und Anbieter aus dem Bereich Zierpflanzen für Balkon und Terrasse präsentieren bei Outdoor Living, wie man das Leben draußen stimmungsvoll genießen kann.
Ein besonderes Ausstellungskonzept, das 2Dezign aus den Niederlanden gestaltet, führt Baumschulware, Gartenpflanzen und Zubehör mit Outdoor-Möbeln und Accessoires für draußen auf eine neue Art und Weise zusammen. Dabei ist der Kerngedanke, Gartenpflanzen auf der Tendence mit schönen Lifestyle-Produkten zu kombinieren und in einer stimmungsvollen Gartensituation in Szene zu setzen. Händler

können alle Produkte direkt vor Ort ordern.
Parallel zur Messe findet erstmals der Internationale Floristenkongress statt. Hier gestalten Floraldesigner aus ganz Europa Werkstücke zu aktuellen Trend-Themen. Zusätzlich finden Vorträge auf der Bühne in der Galleria 1 statt. In der Halle 8.0 ist mit Mitgliedern der EFSA (European Floral and Lifestyle Product Suppliers) eine gestaltete Lounge mit Trend-Präsentation geplant.

Neue Hallenbelegung

Aufgrund des neuen Termins Ende Juni ergibt sich für die Tendence die Chance einer neuen Hallenbelegung und von mehr Ausstellungsfläche. Es werden sechs Hallen 8.0, 9.0, 9.1 und 10.1 sowie die 11.0 und 11.1 bespielt. Neu ist eine optimierte Besucherführung, mit der maximal zwei Geschoss-Ebenen je Halle belegt werden. Auf die Hallenbelegung der Ebene 9.2 wird somit verzichtet.
Der Bereich Accessoires & Jewellery sowie Fashion-Accessoires findet sich zukünftig in der Halle 11.1. Die TrendHalle 11.0 zeigt angesagte Geschenkartikel und designorientierte Tisch- und Küchen-Accessoires oder bei „Culinary Gifts“ feine Gourmet-Geschenke wie hochwertige Öle oder Teespezialitäten. Im Bereich „Pure & Elegant“ in der Halle 9.0 trifft funktionelles, zeitloses und modern-puristisches WohnDesign auf emotionale, klassische und elegante Einrichtungskonzepte mit hochwertigen Möbeln, Textilien und Wohn-Accessoires. Klassische und dekorative Geschenkideen sind in Halle 9.1 im Bereich „Gift Classics“ zu finden. Einrichtungsideen rund ums Wohnen und Dekorieren in Haus und Garten werden bei „Lovely Home“ und „Seasonal Decoration“ in der Halle 8.0 präsentiert.

Einkaufsanreize am POS

Geschmackvoll eingerichtet ist der neue Concept Store bei Pure & Elegant in Halle 9.0. Die Produktsonderschau – konzipiert als Mischung von Warenhaus und Boutique – zeigt in zwei unterschiedlichen Varianten, wie man einen Concept Store gestalten kann, damit der Kunde neugierig wird und darüber hinaus länger im Geschäft verweilt. Zweimal am Tag gibt es Führungen durch die Pavillons. Renommiert und designorientiert sind die zehn Unternehmen im „Village“. Sie lassen sich so einiges für den Handel einfallen und zeigen, wie sich Produkte am POS gekonnt arrangieren lassen. Mit dabei sind die Unternehmen Cedon, Designimdorf, Charles & Marie, Donkey, Gift Company, Good old friends, Mark’s Europe, Nogallery, Paperproducts und Werkhaus.

Ideen und Inspirationen

Reichlich Inspiration für den Einzelhandel bietet das Tendence Academy-Programm. Es gibt die richtigen 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 oder für die Grüne Branche. Auch Einzelhändler und Dienstleister, die ihr Know-how in Sachen Webshops und Online-Marketing noch ausbauen möchten, sind hier genau richtig.
Auch die „Talents“ bieten mit ihren kreativen Produkt-Ideen tolle Anregungen für die Besucher. Die Nachwuchs-Designer des Förderprogramms der Messe Frankfurt präsentieren sich auf zwei Arealen: Die Modern Crafts-Talents im Bereich „Pure & Elegant“ in der Halle 9.0, die Schmuck-Designer bei „Accessories & Jewellery“ in der Halle 11.1.
„Mit dem Ausbau bestimmter Bereiche bieten wir den Einzelhändlern, die auf der Tendence nicht nur ihr Kerngeschäft ordern, sondern auch ihr Zusatzsortiment ausbauen wollen, optimale Möglichkeiten“, fasst Philipp Ferger zusammen. „Die Tendence ist hoch diversifiziert. Mit der Ansprache unterschiedlichster internationaler Zielgruppen wird sie zu der wichtigsten europäischen Neuheiten- bzw. Orderplattform der zweiten Jahreshälfte.“ *Michaela Höber*

Die Weichen stehen auf Wachstum

Links

- Tendence
- Messe Frankfurt

Downloads

- W_MM0317_ME_PR_Tendence.pdf