

Tendence

Startet morgen mit vielen Neuheiten

Freitag, 29.06.2018

Ab dem morgigen Samstag, 30. Juni bis zum 3. Juli präsentieren sich auf der Konsumgütermesse Tendence 960 Aussteller aus 50 Ländern dem Fachpublikum. Neben Deutschland kommen die meisten Aussteller aus den Niederlande, China, Dänemark, Vietnam, Indien, Schweden, Finnland, Polen, Österreich und Belgien. Mit 46 Prozent liegt deren Internationalitätsgrad stabil auf Vorjahresniveau. Geschäftsanbahnung, Trendschau, Kontaktpflege und Order finden an vier Tagen unverändert auf 94.600 Quadratmetern statt.

Um ein ausgeglichenes Verhältnis zwischen dem internationalen Volumengeschäft sowie den deutschen und europäischen Anbietern mit Fokus kleiner und mittlerer Einzelhandel herzustellen, wurde in diesem Jahr bewusst die Anzahl der Aussteller im Sourcing-Bereich reduziert. Die Tendence wird damit ihrer Rolle als Veranstaltung für alle Formen und Größen des Handels beider Saisons (Herbst/Winter und Frühjahr/Sommer) gerecht und geht zielgerichteter, mit neuen Formaten, auf die wachsende Bedeutung von Events und Wareninszenierung im Einzelhandel ein.

„Die Tendence ist das Branchenevent im Sommer. Hier zeigen wir dem Handel den Weg in eine wettbewerbsfähige Zukunft. Gerade die hochwertigen Sonderpräsentationen der Tendence machen sie zu einer einzigartigen Plattform, die insbesondere für den kleinen und mittleren Einzelhandel einen wichtigen Mehrwert bietet. Unser primäres Ziel ist es, Besuchern innovative Lösungen für eine wettbewerbsfähige Zukunft anzubieten“, so Stephan Kurzawski, Geschäftsleitung der Messe Frankfurt Exhibition GmbH.

Als Inspirationsquelle für den Handel bietet die internationale Orderplattform der zweiten Jahreshälfte mit einem umfangreichen Rahmenprogramm und Arealen wie Tendence.Impulse, Outdoor Living, Concept Store Inspirations oder der Tendence Academy wertvollen Input und Know-how. Außerdem können Fachbesucher der zeitgleich in Hofheim-Wallau stattfindenden Gardiente, der Fachmesse für Gartenmöbel & Sonnenschirme, in diesem Jahr von der Angebotsvielfalt beider Messen profitieren und mit einem eigens eingerichteten Shuttle kostenlos beide Veranstaltungen besuchen. Dies gilt umgekehrt selbstverständlich auch für Tendence-Fachbesucher. Sie profitieren durch die beiden Veranstaltungen von einem noch vielfältigeren Angebot an Outdoor Living-Produkten.

Neue Formate wie die Konferenz Pioneers of Lifestyle, das Paper & Friends-Areal sowie Roots of Scandinavia unterstützen den Handel in seinen täglichen und vielfältigen Herausforderungen. Immer stärker wird der Handelsort kreativer Lebensraum für sinnliche und persönliche Erlebnisse. Entschleunigung durch Aktionen wird sich als Trend für Geschäfte in Zukunft durchsetzen. Der Handel muss also verstärkt nach hybriden Konzepten suchen, um den Kunden anzulocken. Ideen dafür bekommen Einkäufer auf der Tendence.

„Für unsere Mitglieder ist die Tendence ein wichtiger Fixpunkt im Messekalender! Daher freue ich mich, dass man seit Monaten so viel Neues hört was das Rahmenprogramm, Sonderareale und neue Branchengruppen angeht. Ich glaube, die Tendence entwickelt sich momentan inhaltlich stark weiter, was sicher ihrer Attraktivität zu Gute kommt und neue Aussteller- und Besuchergruppen anziehen wird“, so Lars Adler, Vorstandsvorsitzender Europäische Verband lifestyle e.V. (EVL).

Konsumgütermesse neu gedacht: Das ändert sich auf der Tendence 2019

Die Fertigstellung und nachfolgende Belegung der Halle 12 bietet neue Möglichkeiten ab dem Jahr 2019. Die Tendence nutzt diese Chance und passt die Struktur der Messe noch stärker an die verschiedenen Handelsformen und Einkäuferzielgruppen an. Die neue Planung, die nur noch in Teilen klassisch nach Produktgruppen erfolgt, spiegelt das wider, was im Einzelhandel passiert: Der stationäre Handel muss zum Besuchermagneten werden und braucht eine zielgerichtete Ansprache seiner Kunden.

Mit der veränderten Struktur kann der Handel dafür sein Sortiment auf der Tendence zusammenstellen und es in seinem Geschäft umsetzen. Gemeinsam mit der Retail-Academy wurden die Veränderungen einzelner Areale geplant, mit starkem Blick auf die Handelsformen mittlerer und kleinerer Einzelhandel. In Zukunft belegt die Tendence die Hallenebenen 8.0 (Lifestyle), die 12.0 (Design), 9.0 (Saisonale Dekoration – Mischkollektionen Herbst/Winter und Frühjahr/Sommer), 11.0 (Saisonale Decoration – Frühjahr/Sommer), 9.1 (International Sourcing) sowie das Freigelände F11 mit Outdoor Living.

Startet morgen mit vielen Neuheiten

Links

- [Tendence](#)