

## nordstil

### Beste Stimmung und erfolgreiche Geschäfte – die Sommer-Nordstil war der Place-to-be für die Branche im Norden

**Hamburg, 25. Juli 2022. Erfrischende Lifestyle- und Trendprodukte für den Norden an drei heißen Sommertagen: Mit 640 Aussteller\*innen<sup>1</sup> und einem inspirierenden Ausblick auf das Herbst- und Wintergeschäft sowie auf die kommende Weihnachtssaison versetzte die Nordstil ihre 8.000 Besucher\*innen<sup>2</sup> in Kauflaune. Die Vorträge rund um Digitalstrategien, Sortimentsauswahl oder die Produktinszenierungen am Point of Sale im Nordstil Forum ergänzten das breite Angebot.**

Trotz des tropischen Wetters in der Hansestadt standen die Zeichen auf Ordern, Netzwerken und Inspiration. Mit einem Ausstellerplus von 20 Prozent und mehr als 8.000 Fachbesucher\*innen, hohen Orderzahlen und intensivem Branchenaustausch war die Sommer-Nordstil 2022 erneut der wichtigste Termin der Konsumgüterbranche im Norden. „Persönliche Begegnungen sind wertvoller denn je. Das hat die hervorragende Stimmung sowie die gute Besucherqualität der letzten drei Tage einmal mehr gezeigt! Trotz ganz neuer, umfangreicher und somit herausfordernder Rahmenbedingungen war die Nordstil in diesem Sommer der Place-to-be, um Geschäfte zu machen“, so Philipp Ferger, Bereichsleiter Consumer Goods Fairs, Messe Frankfurt Exhibition.



Nicht nur die Aussteller\*innen lieben die Nordstil. Foto: Messe Frankfurt/Jean-Luc Valentin

Das vielfältige Angebot mit einem umfangreichen Rahmenprogramm bot reichliche Inspirationen für das eigene Geschäft. Der Handel nutzte die drei Messtage, um gerade

---

<sup>1</sup> FKM-zertifiziert, im Sommer 2021 stellten 507 Aussteller auf der Nordstil aus

<sup>2</sup> FKM-zertifiziert, im Sommer 2021 besuchten 7.701 Einkäufer die Nordstil

saisonale Produkte für das anstehende Weihnachtsgeschäft vor Ort zu ordern. Die hohe Ausstellerqualität sorgte zudem für große Zufriedenheit bei den Besucher\*innen.

Oliver Hagemann, Referent/Kommunikation beim Handelsverband Wohnen und Büro, zieht ebenfalls ein positives Resümee: „Die Sommer- und Winterausgabe der Nordstil sind fest im Terminkalender des nord- und mitteldeutschen Fachhandels verankert. Auch diesen Sommer hat sich der Messebesuch für den Handel wieder extrem gelohnt. Eine beachtliche Ausstelleranzahl präsentierte eine spannende, vielfältige Auswahl an neuer, dekorativer und hochwertiger Ware für das Herbst-/Winter- und respektive Weihnachtsgeschäft. Es wurde wieder mehr als deutlich, wie wichtig das haptische Erleben der Ware und der persönliche Austausch für den Handel sind. Die Nordstil ist der ideale regionale Schauplatz hierfür.“

### **Ausstellerstimmen**

Mit der Qualität der Besucher\*innen waren die Aussteller\*innen der diesjährigen Nordstil zufrieden. Die Messe wurde intensiv zur Kontaktpflege mit deutschen und skandinavischen Stamm- und Neukunden genutzt sowie zur Vorstellung von Produktneuheiten.

### **Andreas Hofmann, Geschäftsführer Delikatessen Winkel**

„Die Messe war erstaunlich gut. Wir hatten Corona-bedingt und durch die aktuellen Entwicklungen damit gerechnet, dass die Besucher\*innen immer noch verhaltend kommen. Aber es ist bei uns extrem viel los – ich kann es mir damit erklären, dass die Menschen in der momentanen Situation keine so großen Geschenke mehr machen möchten, sondern das Geld zusammen halten. Da sind wir mit den kleinen Geschenken natürlich gefragter. Für uns war die Nordstil mit vielen Aufträgen die beste Messe, die wir je hatten.“

### **Dimi Aptidis, Vertriebsleiter Good old friends**

„Wir hatten einen tollen ersten Tag mit viel Frequenz. Die Leute haben eine hohe Verweildauer und waren auch nicht zurückhaltend mit dem Bestellen. Die Nordstil ist uns immer noch die liebste Messe. Die Organisation ist einfach herausragend gut und mit dem Village haben wir hier eine Heimat, die etwas ganz Besonderes für uns darstellt. Wir haben damit einen außergewöhnlichen Treffpunkt für die Branche geschaffen. Und das ist schön.“

### **Tim Schuberth, Vertriebsleitung Grafikwerkstatt**

„Wir sind mit der Messe zufrieden. Die Nordstil hat zum ersten Mal wieder ohne Beschränkungen stattgefunden. Das war natürlich toll und wichtig – und das hat man auch bei den Besucher\*innen gemerkt. Sie waren wieder deutlich entspannter. Wir hatten viele positive Gespräche. Natürlich muss man die Erwartungshaltung an eine noch immer in der Pandemie stattfindenden Veranstaltung auch auf ein normales Niveau setzen. Für die Rahmenbedingungen sind wir ganz zufrieden und damit war es eine erfolgreiche Messe mit Kunden, die uns neu entdeckt haben und vielen Bestandskunden. Jetzt freuen wir uns auf die Veranstaltung im Winter.“

Großes Lob fanden die Aufplanung und Struktur der Nordstil bei Besucher\*innen und Aussteller\*innen gleichermaßen. Dazu Heike Tscherwinka, Geschäftsführerin Europäischer Verband Lifestyle (EVL): „Die Nordstil ist die schönste Regionalmesse, die wir haben.“

## Nextrade auf der Nordstil

Die digitale Order- und Datenplattform Nextrade hat sich mit ihrem optimierten Bestellprozessen, Datenmanagement und der Kombination aus zusätzlichen Services und Produkten zum Allrounder in Sachen Digitalisierung des Handels entwickelt. Aktuell ordern über 10.000 Händler auf dem Onlineportal bei 400 Marken. Zudem ist es zu jeder Tages- und Nachtzeit an 365 Tagen im Jahr verfügbar. Die Nordstil bot dem Handel die Möglichkeit zum persönlichen Austausch. Die B2B-Daten- und Orderplattform präsentierte ihr Portfolio direkt vor Ort an einem eigenen Stand und im Rahmen des Vortragsprogramms des Nordstil Forums. Interessierte konnten dort live am Bildschirm sehen, welche Vorteile Nextrade bietet und das Portal genauer kennenlernen.



In schlichter Eleganz kommt die Trend-Farbkombination Schwarz & Weiß daher. Foto: Messe Frankfurt/Jean-Luc Valentin

## Schwarz-Weiß-Farbmix, FurNEARture-Interior und Handmade: Trends der Sommer-Nordstil 2022

Neben vertrauten Wohntrends wie Cremetöne, Naturmaterialien und der ruhigen Balance im eigenen Zuhause, sorgen dieses Jahr auch neue Stilrichtungen für eine vielfältige Inspirationsquelle. In zeitloser, schlichter Eleganz kommt die Trend-Farbkombination Schwarz & Weiß daher. Kontrastreicher könnten sie nicht sein und doch oder genau deswegen ergänzen sie sich in ihrem Zusammenspiel so perfekt. Kunstvolle Kalligraphie-Prints, eleganter Marmor oder feine schwarz-weiße Muster auf Wohntextilien und -accessoires verströmen ein harmonisches und spannendes Wohnflair.

Weiterhin beliebt sind Cremetöne. Sie vermischen sich mit Pastelltönen aus mintgrün. Neonfarbige Akzente sorgen dabei für die erfrischenden Farbkicks und setzen spannende Kontraste zu den stillen Neutraltönen.

Ob in schlichten Nuancen oder mit knalligen Farbakzenten und verspielten Mustern: Transparente Beleuchtung sowie Statement-Vasen sind aktuell ein absolutes Must-have.

Weiterhin topaktuell bleiben die Themen Nachhaltigkeit und recycelbare Materialien. Dabei steht nicht nur die regionale Herstellung, sondern auch der regionale Bezug der Materialien im Fokus. „FurNEARture“ nennt sich der Trend zur Regionalisierung und reagiert damit auf die Klimakrise und die globalen Lieferchwierigkeiten. Neben einem verringerten CO2-Fußabdruck fördert das zudem die Wertschätzung lokaler Hersteller. Bei Materialien lautet weiterhin die Devise „Unperfekt ist das neue Perfekt“. Echte Handwerkskunst, die in ihrer Unvollständigkeit und Authentizität glänzt, ist die Antwort auf den Minimalismus, der mit seinem schlichten, klassischen Stil die Designszene die letzten Jahre geprägt hat.

Auch der Handmade-Look steht hoch im Kurs – mit Patchwork-Mustern, unpolierten Oberflächen oder naturbelassenen Materialien. Wer das ganzjährige Urlaubsfeeling sucht, findet den maritimen Look in seeblau und wolkenweiß in vielen Geschirrkollektionen – von Ankerformen, maritimen Siebdruck-Motiven über Geschirr aus Steingut bis hin zu Schalen in stilvollen Aquatönen.

Die nächste Winter-Nordstil findet vom 14. bis 16. Januar 2023 und die nächste Sommer-Nordstil findet vom 22. bis 24. Juli 2023 statt.

**Hinweis für Journalisten:**

Weitere Informationen und Bildmaterial zur Nordstil finden Sie unter:  
[nordstil.messefrankfurt.com/presse](http://nordstil.messefrankfurt.com/presse)

Folgen Sie der Nordstil auf Instagram und auf Facebook:

[www.instagram.com/nordstilmesse](http://www.instagram.com/nordstilmesse)

[www.facebook.com/nordstilmesse](http://www.facebook.com/nordstilmesse)



**Ihr Kontakt:**

Erdmann Kilian

Tel.: +49 69 75 75-5871

[Erdmann.Kilian@messefrankfurt.com](mailto:Erdmann.Kilian@messefrankfurt.com)

Messe Frankfurt Exhibition GmbH

Ludwig-Erhard-Anlage 1

60327 Frankfurt am Main

[www.messefrankfurt.com](http://www.messefrankfurt.com)

**Nordstil**

Die Nordstil ist die Orderplattform für Norddeutschland und Skandinavien. Sie bietet ein umfassendes Produktangebot gegliedert in die Produktbereiche Haus & Garten, Stil & Design, Küche & Genuss, Geschenke & Papeterie sowie Schmuck & Mode. Für den Einzelhandel ist sie der regionale Ordertermin für das Frühjahr- und Sommergeschäft, sowie für das Herbst-, Winter- und Weihnachtsgeschäft.

[nordstil.messefrankfurt.com](http://nordstil.messefrankfurt.com)

**Conzoom Solutions – die Plattform für den Handel**

Die Wissensplattform Conzoom Solutions bietet dem Konsumgüterhandel ein vielfältiges Angebot wie Studien, Trendvorstellungen, Workshops oder Anleitungen für den Point of Sale. Sie gibt einen Komplettüberblick über das internationale Portfolio der Messe Frankfurt im Konsumgüterbereich und stellt dort gebündelt Informationen für den Handel zusammen.

[www.conzoom.solutions](http://www.conzoom.solutions)

### **Nextrade – die Order- und Datenplattform der Home & Living-Branche**

Das digitale Order- und Datenmanagement Nextrade für Marken und Händler\*innen der Konsumgüterbranche verlängert die Messe und ermöglicht Bestellungen zu jeder Tages- und Nachtzeit an 365 Tagen im Jahr.  
[www.nextrade.solution](http://www.nextrade.solution)

### **Hintergrundinformation Messe Frankfurt**

Die Unternehmensgruppe Messe Frankfurt gehört zu den weltweit führenden Messe-, Kongress- und Eventveranstaltern mit eigenem Gelände. Rund 2.200 Mitarbeitende im Stammhaus in Frankfurt am Main und in 28 Tochtergesellschaften organisieren Veranstaltungen weltweit. Der Jahresumsatz 2021 betrug rund 154 Millionen Euro und war pandemiebedingt zum zweiten Mal in Folge deutlich geringer, nachdem 2019 noch mit einem Konzernumsatz von 736 Millionen Euro abgeschlossen werden konnte. Die Geschäftsinteressen unserer Kund\*innen unterstützen wir effizient im Rahmen unserer Geschäftsfelder „Fairs & Events“, „Locations“ und „Services“. Nachhaltiges Handeln ist eine zentrale Säule in unserer Unternehmensstrategie und definiert sich in einer Balance zwischen ökologischem und ökonomischem Handeln, sozialer Verantwortung und Vielfalt. Eine weitere Stärke der Messe Frankfurt ist ihr leistungsstarkes globales Vertriebsnetz, das engmaschig rund 180 Länder in allen Weltregionen abdeckt. Unser umfassendes Dienstleistungsangebot – onsite und online – gewährleistet Kund\*innen weltweit eine gleichbleibend hohe Qualität und Flexibilität bei der Planung, Organisation und Durchführung ihrer Veranstaltung. Mittels digitaler Expertise entwickeln wir neue Geschäftsmodelle. Die Servicepalette reicht 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](http://www.messefrankfurt.com)