

Pressemitteilung

3. Juli 2018

2:0 für Innovationskraft und Internationalität

Erdmann Kilian
 Tel. +49 69 75 75-5871
 Erdmann.Kilian@messefrankfurt.com
 www.messefrankfurt.com
 www.tendence.messefrankfurt.com

Konsumgüterbusiness ist und bleibt Impulsbusiness – das zeigt einmal mehr das Angebot rund um und auf der Tendence 2018. Rund 20.000 Fachbesucher aus 82¹ Ländern – und damit fünf Prozent mehr Besucher aus dem Ausland als im Vorjahr – vernetzten sich, orderten für ihre Geschäfte die neuesten Produkte und holten sich innovative Lösungen und Impulse für eine wettbewerbsfähige Zukunft.

Im Fokus der Tendence standen an vier Veranstaltungstagen Inspiration zu Sortimentsgestaltung, Warenpräsentation, Kundenwerbung und Events am Point of Sale bei 960 Ausstellern. Sonderpräsentationen wie Tendence.Impulse, Outdoor Living, Concept Store Inspirations, Paper & Friends oder der neuen Konferenz Pioneers of Lifestyle boten weiteren Mehrwert. Die Fachmesse unterstützt den Handel gezielt und effizient in seinen täglichen Herausforderungen. Denn: „Der Handel bewegt sich in einem schwierigen Marktumfeld. In einer aktuellen Studie der IFH Köln im Auftrag der Messe Frankfurt wird deutlich, dass es einen signifikanten Rückgang der deutschen Einzelhandelsunternehmen gibt. Seit 2000 haben 27 Prozent der Händler ihre Geschäfte aufgegeben“, betont Stephan Kurzawski, Geschäftsleitung der Messe Frankfurt Exhibition GmbH.



Messe Frankfurt Exhibition GmbH
 Ludwig-Erhard-Anlage 1
 60327 Frankfurt am Main

Besucher auf der Tendence 2018 in der Halle 11.0

¹ FKM-zertifiziert, 2017: 20.046 Besucher aus 75 Ländern

Vor allem der Onlinehandel macht dem stationären Handel zu schaffen, wie aus der Studie hervorgeht. Waren es 2000 noch 409.760 Einzelhändler, zählte man 2017 nur noch 298.657 Unternehmen.² Laut Studie könnte sich der Umsatzanteil des Onlinehandels am Gesamtumsatz bis 2025 verdoppeln.

„Vor diesem Hintergrund ist es nur folgerichtig, dass wir dem Handel mit unserem diesjährigen Tendence-Rahmenprogramm vielfältige Impulse und Hilfestellungen anbieten, um wettbewerbsfähig zu bleiben. 2019 gehen wir noch einen Schritt weiter, dann werden wir die Tendence konsequent an Handelsstrukturen und an die Bedürfnisse des Handels anpassen“, so Kurzwski weiter. Dieser Meinung ist auch Geschäftsführer Bundesverband Wohnen und Büro e.V., Thomas Grothkopp: „Die Messe Tendence hat bewiesen, dass es für dieses Messeformat zur Jahresmitte einen echten Bedarf gibt. Und dass es Sinn macht, mit Angeboten wie Tendence Academy, Tendence.Impulse und den Concept Store Inspirations den Fachbesuchern aus dem Handel einen Mehrwert zu bieten.“

Bei wieder einmal tropischen Temperaturen und bester Sommerlaune nutzten rund 20.000 Einkäufer aus 82¹ Ländern die Tendence zum Networking, Erleben und Ordern. Der Anteil der internationalen Einkäufer lag bei 20 Prozent und ist damit im Vergleich zum Vorjahr deutlich gestiegen. Die Zufriedenheitswerte blieben bei den Besuchern stabil auf höchstem Niveau. Die Top-Ten-Besuchernationen nach Deutschland waren die Schweiz, die Niederlande, Österreich, Frankreich, Italien, die Volksrepublik China, Belgien, Vietnam, Japan und Spanien. Besucherzuwachs verzeichnete die Fachveranstaltung insbesondere aus den europäischen Kernmärkten – vor allem aus Ländern wie Italien, der Niederlande, Österreich, der Schweiz und Spanien.

Neues Konferenzformat Pioneers of Lifestyle

Mit Pioneers of Lifestyle gab es am 2. und 3. Juli erstmalig eine Konferenz, die Start-Ups, Mittelständler und Corporates aus der Lifestyle-Industrie zusammenbrachte. Die Veranstaltung wurde von der Branche sehr gut angenommen und war bereits einige Tage vor Veranstaltungsbeginn ausverkauft.

Erstmalige Kooperation mit der Gardiente

Die Besucher der Tendence konnten ebenfalls von der Angebotsvielfalt der zeitgleich in Hofheim-Wallau stattfindenden Gardiente, der Fachmesse für Gartenmöbel & Sonnenschirme, profitieren. Mit einem kostenlosen Shuttlebus hatten die Einkäufer die Möglichkeit, beide Veranstaltungen zu besuchen: Zahlreiche Besucher nahmen diesen Service in Anspruch. Durch die Kooperation konnten beide Veranstaltungen Synergien nutzen.

Ausstellerstimmen

Auch für die Aussteller ist das der richtige Weg in die Zukunft. Sie zeigten sich zufrieden mit dem Engagement der Messe Frankfurt und

Tendence
Internationale Frankfurter Messe
Frankfurt am Main, 30. Juni bis 3. Juli
2018

² IFH-Studie „Status Quo – Handel Deutschland“, 2018

der Tendence 2018:

Kathrin Völker, Geschäftsleitung, Räder, Halle 8.0

„Wir haben den Stand voll, es läuft gut – die Kunden sind da und kaufen auch. Ich denke, dass es bei uns auf jeden Fall auf das Vorjahresniveau hinauslaufen wird, und wir, wenn wir Glück haben, sogar ein kleines Plus schreiben werden. Insgesamt sind wir zufrieden.“

Michael Rossmann, Geschäftsführer, PAD Home Design, Halle 9.0

„Wir haben auch auf der Tendence 2018 wieder neue Key-Accounts getroffen – und zwar mit genau der Entscheidungskompetenz, die wir brauchen. Das ist schon großartig! Wir sind nicht nur gut beschäftigt, sondern haben es auf dieser Tendence mit sowohl kauffreudigen als auch kaufkräftigen Kunden zu tun. Diese kamen aus dem Inland, aber auch aus Ländern wie Italien, Spanien und Irland.“

Thomas Wurm, Geschäftsführer, G. Wurm, Halle 9.1

„Für uns ist und bleibt die Tendence wichtig – wie alle Frankfurter Messen. Wir waren auch dieses Jahr zufrieden mit dem Verlauf. Aufgrund unserer Vertriebsstruktur brauchen wir diese Plattform, um uns zu präsentieren. Eine Tendence wird für uns wichtig bleiben, denn wir treffen hier Kunden, die ordern.“

Peter Thomaschewski, Messevertrieb, SAG New Look, Indien, Halle 9.2

„Europa hat für uns seit jeher ein großes Potenzial, daher war unsere Erfahrung auf der diesjährigen Tendence großartig. Wir haben mit unseren deutschen und europäischen Vertriebspartnern erneut erfolgreiche Gespräche geführt. Besonders freuen wir uns in diesem Jahr über viele interessante Neukontakte zu wichtigen Einkäufern aus Osteuropa, unter anderem aus Polen, der Ukraine und Serbien. Wir sind also sehr zufrieden mit der Nachfrage nach unseren Produkten und werden 2019 auf jeden Fall wieder hier sein.“

Thomas Halstrick, Geschäftsführer, ppd Paperproducts Design GmbH, Halle 11.0

„Das Village kommt extrem gut an. Und auch die Besucherfrequenz erscheint uns höher als erwartet. Insgesamt ist die Stimmung auf der Tendence recht positiv. Es kommen die Entscheider und es ist Kaufbereitschaft da. Darauf kann man gut aufbauen.“

Ronald Langer, Inhaber, Dazzl Design, Halle 11.1

„Für uns war die Frankfurter Messe einfach so wie immer: Erfolgreich! Punkt. Im Vergleich zum Vorjahr liegen wir mindestens auf gleichem Niveau, eher aber mehr. Und das Vorjahr war schon wirklich gut. Wir hatten die Stammkunden wie immer und auch ein paar neue Kunden.“

Caroline Haakman, Marketing, Barendsen, Outdoor Living-Areal

„Die Tendence ist für uns immer ein guter Termin gewesen. Wir treffen hier unsere Kunden und schließen neue Kontakte. Das Besondere an Frankfurt ist die Bilanz: Ich kann für uns sagen, dass 99 Prozent der Kontakte wirklich wertvoll sind. Das ist ein guter Schnitt, denke ich.“

Tendence
Internationale Frankfurter Messe
Frankfurt am Main, 30. Juni bis 3. Juli
2018

Die nächste Tendence findet vom 29. Juni bis 2. Juli 2019 statt.

Seite 3

Ins Netz gegangen

Weitere Informationen sowie Bildmaterial in druckfähiger Qualität finden Sie unter: <https://tendence.messefrankfurt.com/frankfurt/de/presse.html>.

#tendence18

www.twitter.com/tendencefair

www.facebook.com/tendencefair

Tendence – internationale Fachmesse für Konsumgüter

Die Tendence (29. Juni bis 2. Juli 2019) ist die internationalste Orderplattform Deutschlands für die zweite Jahreshälfte. Das umfassende Produktportfolio setzt sich aus den Bereichen Wohnen, Einrichten, Dekorieren, Geschenkartikel, Schmuck, Fashionbedarf, Gedeckter Tisch, Küche, Heimtextilien und Outdoor zusammen. Händler erhalten vielfältige vertriebsunterstützende Impulse auf inszenierten Ausstellungsflächen und durch ein leistungsstarkes Rahmenprogramm. Starke Marken und Multiplikatoren nutzen die Neuheitenplattform zur Präsentation von Winter- und Weihnachtstrends. Gleichzeitig bieten sie dem großvolumigen internationalen Handel Gelegenheit auf zeitige Order für Frühjahrs- und Sommerkollektionen.

Hintergrundinformationen Messe Frankfurt

Messe Frankfurt ist der weltweit größte Messe-, Kongress und Eventveranstalter mit eigenem Gelände. Mehr als 2.400 Mitarbeiter an 30 Standorten erwirtschaften einen Jahresumsatz von rund 669 Millionen Euro. Mittels tiefgreifender Vernetzung mit den Branchen und eines internationalen Vertriebsnetzes unterstützt die Unternehmensgruppe effizient die Geschäftsinteressen ihrer Kunden. Ein umfassendes Dienstleistungsangebot – onsite und online – gewährleistet Kunden weltweit eine gleichbleibend hohe Qualität und Flexibilität bei der Planung, Organisation und Durchführung ihrer Veranstaltung. Die Servicepalette reicht dabei 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 | www.congressfrankfurt.de | www.festhalle.de

Tendence
Internationale Frankfurter Messe
Frankfurt am Main, 30. Juni bis 3. Juli
2018