



Konsumgütermesse neu gedacht

Messe Frankfurt setzt auf Content- und B2B Online-Marktplatz.



Nicolette Naumann, Bereichsleiterin Ambiente, stellt die neue Content-Plattform Conzoom Solutions vor.

Foto: Messe Frankfurt

Am Samstag wurde in Frankfurt die Tendence 2019 eröffnet. Noch bis heute zeigen dort 603 Aussteller aus 37 Ländern ihre Neuheiten. Neben Trends für den kommenden Herbst und Winter steht die Preview für die Frühjahrs- und Sommersaison 2020 im Fokus. Doch Produktinnovationen sind nicht die einzigen Highlights der Branchenschau. Neben einem umfangreichen Rahmenprogramm will die diesjährige Ausgabe der Tendence durch ein neues Konzept überzeugen.

Erweitertes Konzept

„Wir haben die Messe in diesem Jahr extrem stark nach Handelsformaten aufgeplant“, so Philipp Ferger, Bereichsleiter Tendence und Nordstil bei der Messe Frankfurt Exhibition GmbH, anlässlich der Fachpressekonferenz vor Ort am 29. Juni. Neu ist demnach etwa die Style City in Halle 8, wo man die Produktneuheiten analog den Vierteln einer Stadt in Lifestyle-Welten arrangiert hat. „Der Handel taucht förmlich in einen riesigen Concept-Store ein“, versprach Ferger. Die neue Struktur sei dem sich stetig verändernden Verbraucherverhalten geschuldet, das gerade am stationären POS immer stärker den Erlebnischarakter einfordere.

Neue B2B Plattformen

In den Dienst ihrer Kunden im Konsumgüterbereich stellt sich die Messe Frankfurt darüber hinaus mit dem Launch zweier neuer B2B Plattformen. Bereits zur Ambiente im Februar hatte man mit Nextrade eine Online Daten- und Orderplattform vorgestellt, die es Händlern ermöglichen soll, nach Registrierung über nur ein Portal aus Waren vielzähliger Ambiente-Anbieter zu wählen und erstere auch zum Einkaufspreis zu bestellen. Die Lieferanten profitieren bei dem mit dem EDI-Dienstleister nmedia GmbH realisierten Projekt von der verlängerten Ladentheke, auch über die eigentliche Veranstaltung Ambiente hinaus. Nach der ersten Projektphase konnte nun das go live von Nextrade Marketplace by nmedia gefeiert werden. 40 Anbieter aus der DACH Region haben sich bereits aufschalten lassen und rund 60.000 Artikel sind bislang auf der Plattform verfügbar. bis zu 1.000 bis 2.000 weitere, auch internationale, Lieferanten sollen in den kommenden drei Jahren hinzukommen. „Wir sind sehr optimistisch, dies auch zu erreichen“, bestätigte Nicolaus Gedat, Geschäftsführer von nmedia, in Frankfurt.

Content für den Handel

Der ganzjährigen Bereitstellung von wichtigem Content für Händler dient die neue Plattform Conzoom Solutions. Über alle Frankfurter Konsumgütermessen hinweg bietet diese registrierten Händlern ab sofort exklusiven Content in Form von Studien, Interviews, Berichten und POS-Tipps, aufbereitet in Text, Bild und Ton, die gerade dem stationären Geschäft dienen sollen. „Alle unsere Konsumgütermessen haben exklusiven Inhalt“, begründet Julia Uherek, Bereichsleiterin Christmasworld, Paperworld und Creativeworld, den Vorstoß. „Mit Conzoom Solutions wollen wir diesen unseren Kunden auch über das eigentliche Messeevent hinaus zugänglich machen.“ Gegliedert ist die Plattform in die Bereiche Messen, Wissen, Lernen und POS. Partizipieren können Händler in Deutschland und Europa, die sich bei Conzoom Solutions registrieren. Unter dem Punkt Messe stellt die Messe Frankfurt ihre weltweiten Konsumgütermessen vor. Bei Wissen finden die Besucher der Seite aktuelle Informationen, Studien, Statistiken oder Management Reports. Unter Lernen erhalten sie einen exklusiven Zugang zu Vorträgen und Workshops mit Experteninterviews und Seminarangeboten. Point of Sale gibt dem Handel aktive Impulse, Anregungen Ideen, Anleitungen, Präsentationen und Komplettpakete, um den POS zu einem besonderen Erlebnis zu machen, heißt es.

01.07.2019