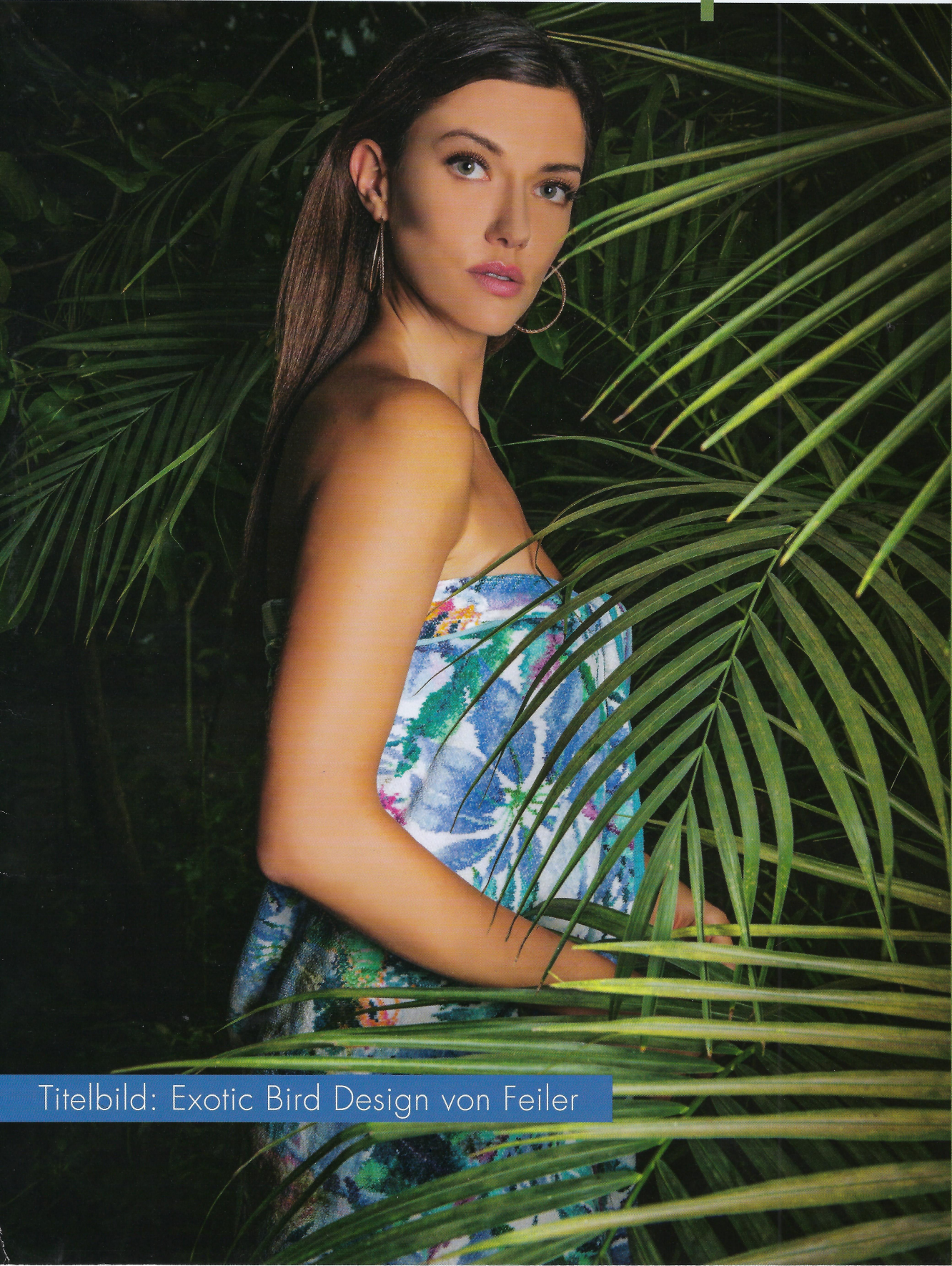


TREND

update

1/2021

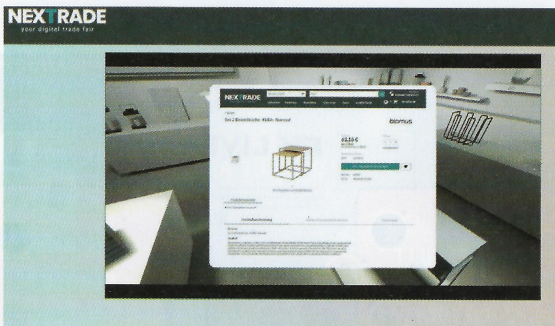
Ein Sondermagazin von trendwelten.eu



Titelbild: Exotic Bird Design von Feiler

Themen: Japandi, 70er Jahre, Küche, Weihnachten, Outdoor

NEXTRADE



Nextrade

DIGITALE WEIHNACHTSVORORDER

Als Partner der Branche unterstützt Nextrade die Vororder für das Weihnachtsgeschäft 2021: Vom 19. Januar bis 12. Februar führt der B2B-Marktplatz globale Einkäufer der Christmasworld mit Lieferanten zusammen, die exklusiv deren aktuellen Weihnachtskollektionen in ihren Shops zur Order bereitstellen. Eine internationale Direktmarketing-Kampagne informiert in mehreren Stufen Einkäufergruppen über das Weihnachtsvororder-Special auf Nextrade – darunter Baumärkte, Gartencenter, Floristikbetriebe, Geschenkboutiquen, Dekorationsunterneh-

men und Shoppingcenter. „Uns ist bewusst, dass Weihnachtsprodukte von Groß- und Volumeneinkäufern für die kommende Saison im Zeitraum bis Ende Januar/Mitte Februar geordert werden. Als Partner der Branche möchten wir daher die Preorder der Weihnachtsdekoration unterstützen und dafür Lieferanten auf Nextrade mit unseren internationalen Christmasworld-Einkäufern zusammenbringen“, so Philipp Ferger, Bereichsleiter Konsumgütermessen Nordstil und Tendence und Geschäftsführer der nmedia.

www.nextrade.market

TrendSet Winter

ABSAGE FÜR FEBRUAR

Die TrendSet Winter 2021 kann aufgrund der aktuellen Regierungsentscheidung nicht im Februar stattfinden. Tatjana Pannier, Geschäftsführerin der TrendSet meint dazu: „Wir arbeiten jetzt fokussiert auf den Sommertermin der TrendSet vom 10. bis 12. Juli 2021 hin. Gerade im Interior- und Lifestylebereich ist der intensive Austausch und die persönliche Beratung mit dem Fachbesucher für den Orderprozess wichtig. Die Branche braucht das Erlebnis – das funktioniert nicht auf dem digitalen Weg. Im Sommer möchten wir dies den Ausstellern und auch den Fachbesuchern mit der Präsenzveranstaltung wieder ermöglichen. Parallel finden Gespräche mit den für die Umsetzung erforderlichen Stellen statt, um eventuell einen Märztermin doch noch realisieren zu können.“

www.trendset.de

Heimtextil/International Consumer Goods Show

FRANKFURTER MESSE SAGT VERANSTALTUNGEN AB

Aufgrund der aktuell veränderten Vorschriften und Reisebeschränkungen mussten die für April und Mai geplanten internationalen Präsenzmessen der Messe Frankfurt Prolight + Sound, International Consumer Goods Show, Heimtextil, Textextil und Texprocess von den vorgesehenen Terminen weichen. „Die Corona-Pandemie ist momentan außerordentlich präsent und beeinflusst auch unsere Planungen. Die Erwartungen unserer Kunden hinsichtlich international ausgerichteter Messen im April und Mai können wir mit Blick auf die aktuelle Lage nicht erfüllen“, sagt Detlef Braun, Geschäftsführer der Messe Frankfurt.

Die trendorientierten Orderzyklen der Entertainment Technology-, Konsumgüter- und Textilbranche erfordern eine jährliche Veranstaltung im Frühjahr. Daher würde eine weitere Verschiebung in die zweite Jahreshälfte den Bedürfnissen der ausstellenden Unternehmen nicht gerecht werden. Vor dem Hintergrund der derzeitigen Rahmenbedingungen und Reisebeschränkungen bestehen seitens der Aussteller massive Unsicherheiten, was die Präsenz, Kundenkontakte und damit Zusage einer Messebeteiligung im April und Mai kann derzeit keine Planungssicherheit garantiert werden.

Konzentration auf digitale Formate

Da physische Veranstaltungen nicht möglich sind, hat die Messe Frankfurt für ihre Kunden eine Vielzahl an digitalen Angeboten geschaffen. So bietet der Consumer Goods Digital Day am 20. April 2021 die Möglichkeit, sich an einem bestimmten digitalen Ort zu treffen, auszutauschen und zu informieren. Das Angebot des Digital Day wird sich dem Thema Hilfe zur Selbsthilfe für den Handel widmen, insbesondere vor dem Hintergrund, dass seit der Ambiente 2020 keine internatio-

nalen Leitmesse mit entsprechenden Vortrags- und Rahmenprogrammen mehr in Frankfurt stattfinden konnten. Ergänzt wird dieses Angebot durch die Möglichkeiten von Nextrade als erste Order- und Datenmanagementplattform der Home- und Living-Branche. Auch den Herstellern konfektionierter Heim- und Haustextilien bietet Nextrade eine attraktive Präsentationsmöglichkeit für ihre Produkte und einen stark frequentierten Kanal, um Geschäfte mit Händlern zu forcieren.

„Der andauernde Shutdown im Einzelhandel unserer Besucherländer erfordert aktuelle, passgenaue Informationen und Lösungsansätze“, erläutert Braun. „Dem werden wir mit den digitalen Angeboten in dieser volatilen Situation gerecht. Wie Sie wissen, setzen wir uns auch weiterhin mit ganzer Kraft für sichere und erfolgversprechende Messen ein. Denn die Begegnung im echten Leben ist durch nichts zu ersetzen.“

www.messefrankfurt.com

Heimtextil: 11. bis 14. Januar 2022

Christmasworld: 28. Januar bis 1. Februar 2022

Paperworld und Creativeworld: 29. Januar bis 1. Februar 2022

Ambiente: 11. bis 15. Februar 2022

