

nordstil

Energiegeladener Auftakt in die neue Geschäftssaison – ausgelassene Orderfreude dominiert die Winter-Nordstil 2023

Hamburg, 16. Januar 2023. Beste Orderlaune und inspirierende Sortimentsideen für das Frühjahrs- und Sommergeschäft: 14.500 Besucher*innen sind begeistert von den kreativen Produktwelten sowie originellen und modernen Ansätzen der rund 720 Aussteller aus dem In- und Ausland¹. Auf Fachbesucher- und Ausstellerseite verzeichnet die Ordermesse sehr hohe Zufriedenheitswerte. Wertvolle Impulse zu aktuellen Themen wie Nachhaltigkeit und Digitalisierung lieferte das Nordstil Forum. Damit ist der Einzelhandel im Norden bestens gerüstet für erfolgreiche, zukunftsfähige Geschäfte der kommenden Monate.



Als verlässlicher Anker für gute Geschäfte sorgt die Winter-Nordstil für positive Aufbruchsstimmung und beste Orderlaune. Foto: Messe Frankfurt/Jean-Luc Valentin

Mit 14.500 Fachbesucher*innen, damit einem Plus von 38 Prozent, bester Orderlaune und wertvollem Branchenaustausch begeisterte die Winter-Nordstil 2023. Die aus Norddeutschland und Skandinavien kommenden Händler*innen starteten in der Elb-Metropole mit voller Kraft voraus in das neue Geschäftsjahr – ausgestattet mit jeder Menge frischer Ideen und mit den neuesten Produkten von über 720 Ausstellern (+7,5 Prozent) aus Deutschland, den Niederlanden, Skandinavien und vielen weiteren Ländern. „Das deutliche Aussteller- wie Besucherplus bestätigt die fest verankerte Rolle der Nordstil als wichtigste und verlässliche Order-, Inspirations- und Networking-Plattform des Nordens. Die Branche braucht den persönlichen Austausch, um gemeinsam Lösungen zu finden und Wachstumspotentiale zu nutzen. Das zeigt nicht zuletzt die positive Resonanz unserer Aussteller und Besucher*innen. Das Instrumentarium Messe funktioniert und ist gefragter denn je. Dieser Auftakt stimmt uns extrem positiv für die kommenden

¹ FKM-zertifiziert, im Winter 2022 stellten 670 Aussteller auf der Nordstil aus und es kamen 10.455 Besucher*innen

Konsumgütermessen in Frankfurt“, so Philipp Ferger, Bereichsleiter Consumer Goods Fairs, Messe Frankfurt Exhibition.

Neue Produkt- und Farbwelten, ein buntes Rahmenprogramm – vollgepackt mit wertvollen Anregungen direkt zum Mitnehmen, bewährten Programmpunkten, aber auch neuen Highlights wie die Kooperation mit dem Design Zentrum Hamburg – boten reichlich Inspiration für das eigene Geschäft. Dementsprechend ist der Anteil zufriedener Besucher stabil auf hohem Niveau. 96 Prozent der Besucher sind insgesamt zufrieden mit dem Besuch auf der Winter-Nordstil 2023 und bewerten das gezeigte Angebot wie die Erreichung ihrer Messebesuchsziele sehr positiv.

„Auch dieses Jahr stellte die Winter-Nordstil wieder unter Beweis, wie eine für den Handel attraktive Regionalmesse funktionieren muss: Frische Trends zum Anfassen und Erleben, jede Menge Inspirationen für einen modernen PoS, spannende Produkte, reges Treiben und Netzwerken bei bester Stimmung in den Hallen und sehr gute Ordergeschäfte für das Frühjahr- und Sommergeschäft. Die Messe war für den Fachhandel ein voller Erfolg. Ich freue mich, dass die Stimmung in der Branche trotz der allgemeinen Lage gut ist und sich an diesem Wochenende auf der Messe widergespiegelt hat. Die Sommerausgabe der Nordstil im Juli ist bereits fest in den Kalendern der Händler vermerkt“, betont Oliver Hagemann, Referent/Kommunikation beim Handelsverband Wohnen und Büro.



Neu dabei ist auch diese Hamburger Design-Institution. Foto: Messe Frankfurt/Jean-Luc Valentin

Aussteller schätzen hohe Besucherfrequenz und Orderlaune

Aussteller waren begeistert aufgrund der hohen Nachfrage und des intensiven Austauschs mit den Händler*innen aus Nah und Fern und nutzten die Messe intensiv, um den Besucher*innen ihre Vielfalt an Produktneuheiten vorzustellen.

„Auffällig ist die super positive Stimmung unter den Händlern – was wirklich bemerkenswert ist, nach den steigenden Herausforderungen in den letzten Jahren. Händler schieben die Krisen beiseite, sind gut gelaunt und in bester Kauflaune. Wir können es gar nicht genug wertschätzen, wie energiegeladen und stark der Handel hier in Hamburg nach vorne geht. Die Händler haben Lust auf neue, frische Ware und ordern diese auch direkt. Das ist eine deutliche Veränderung: Neuheiten werden sofort angenommen“, sagt Andrea Egli, Vertriebsleiterin Le Creuset.

Diesem Tenor schließt sich Philippa Ahlström, Manager The Moshi an: „Bereits der erste Messetag war sehr gut besucht, wir hatten sehr viele Neukunden, aber auch Bestandskunden, die jetzt weniger zurückhaltend sind und viel aktiver ordern als zuvor.“

Für uns ist es die erste Messe nach der Pandemie, bei der ein „Back to normal-Spirit“ deutlich spürbar ist. In diesem Sinne ist auch bei uns die Stimmung sehr gut. Unsere Schmucksortimente kommen sehr gut an, genauso wie unser textiles Angebot mit Schals und Tuniken für den Sommer. Besonders nachgefragt sind natürliche Materialien wie Leinen oder Canvas und die Bereitschaft hier zu investieren steigt.“

Auch Frank Wemhöner, Leiter Arbeitsvorbereitung Herforder Werkstätten, ist absolut zufrieden mit Besucherfrequenz und -interesse: „Die Kauflust ist definitiv da, Händler kaufen sehr aktiv ein. Allerdings müssen wir die aktuelle Situation mit Ukraine-Konflikt, steigenden Energiekosten und Inflation im Blick behalten, die Ordermengen sind etwas niedriger als vor 2019, trotzdem ist die Entwicklung sehr erfreulich. Die Händler schauen sehr positiv in das neue Geschäftsjahr. Und diese positive Stimmung hier zu erleben, ist sehr wichtig. Es geht wieder bergauf. Außerdem verschiebt sich aktuell klar der Fokus von Asien zurück auf deutsche und europäische Produkte. Das Interesse für unsere Upcycling Projekte oder vegane Kerzen frei von Ölen und tierischen Fetten wächst und kommt hier sehr gut an.“

nmedia zeigt digitale Ordermöglichkeiten auf

Die digitale Order- und Datenplattform ist mit ihren optimierten Bestellprozessen, Datenmanagement und der Kombination aus neuen Services und Produkten ein Powerhouse aus 400 Topmarken, 20.000 Händler*innen und über 1 Mrd. € Umsatzvolumen pro Jahr. Zudem ist es zu jeder Tages- und Nachtzeit an 365 Tagen im Jahr verfügbar. Auf der Winter Nordstil konnten sich Interessierte am nmedia-Stand über die vielfältigen Angebote der Onlineplattform informieren. Dabei rückte das Team um Claus Tormöhlen, Head of Marketing & Sales bei nmedia.hub, die drei Produkte ‚Content‘, ‚Order‘ und ‚Dropshipping‘ besonders in den Fokus: „Damit werden unsere digitalen Services und deren Möglichkeiten real erlebbar. Alle interessierten Besucher*innen bekommen von uns eine maßgeschneiderte Empfehlung, wie unsere Services das tägliche Business vereinfachen und schneller machen können“, so Claus Tormöhlen. Der Handels- und Branchenexperte stellte darüber hinaus in seinem Vortrag „Einfach Content-Daten managen im nmedia.hub“ die Plattformlösung von nmedia.hub vor und zeigte, wie eine einheitliche Content-Versorgung über alle Marken hinweg möglich ist.

Trends der Nordstil: Optimistisch, naturverbunden, lokal

Ob kräftige oder natürliche Töne, ob Schmuck, Wohnaccessoires, Geschenke oder Kleinmöbel: Die Aussteller in Hamburg machten Lust auf mehr – und Meer.



Think Pink – Trendfarbe Magenta ist in allen Schattierungen 2023 ein Stimmungsmacher. Foto: Messe Frankfurt/Jean-Luc Valentin

Leuchtende Signale sendet die kürzlich durch das Pantone Color Institut bekannt gegebene Trendfarbe „Viva Magenta“ etwa im trendorientierten Schmuck und bei den persönlichen Accessoires aus. Aber auch bei Heimtextilien, in der Papeterie und der saisonalen Dekoration versprüht die pulsierende Farbe ihren Esprit.

Diese positive Energie in Kombination mit einer tiefen Naturverbundenheit ist 2023 auch dort zu spüren, wo es weniger farbintensiv zugeht. Eindrucksvolle Statements setzt etwa das skandinavische Design, das auf der Nordstil traditionell stark vertreten ist. Ob grobe, von der Natur inspirierte Formen und haptische Oberflächen oder ein minimalistischer und gleichsam nachhaltiger Gestaltungsansatz zum Durchatmen: In so liebe- wie kunstvoller Bearbeitung entstehen individuelle Seelenschmeichler aus sorgsam gewonnenen Naturmaterialien. Außerdem ist im Jahr des Hasen das beliebte Langohr in vielen Formen und Varianten präsent und wird uns nicht nur an Ostern begleiten.



Zusätzlich regen vor allem naturverbundene Sortimenten die Konsumlaune an. Foto: Messe Frankfurt/Jean-Luc Valentin

Insgesamt ist zu beobachten, dass die Lust am immer Neuen einer nachhaltigeren Überzeugung Platz gemacht hat. Darin geht es um die sensible Weiterentwicklung ganzheitlicher Lebenswelten, die durch feinsinnige Impulse immer wieder frisch belebt werden. Im Zentrum stehen dabei Eigendesigns, Kleinserien und handgefertigte Produkte,

die am besten lokal hergestellt werden, etwa in der naheliegenden Manufaktur oder in der eigenen Werkstatt. Solche Unikate ergänzen bzw. vervollständigen den eigenen Stil und zahlen auf den Wunsch nach Selbstentfaltung und individueller Kreativität ein.

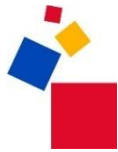
„Zu Hause ist, wo du deinen Anker wirfst“ – nach diesem Motto bleiben charmante Home-Accessoires und Geschenke en vogue. Beispielhaft dafür stehen Kunstdrucke, Grußkarten, Küchentücher und Schürzen mit poetischen bis launigen Sprüchen. Dauerbrenner sind und bleiben dabei Produkte mit lokalem Charme. Auf der Nordstil dominieren naturgemäß Ideen mit maritimer Seele und einem guten Schuss Humor. Auch Hochprozentiges macht Lust auf „Meer“, vor allem dann, wenn es in der eigenen Genuss-Manufaktur gebrannt wird.

Die nächste Sommer Nordstil findet vom 22. bis 24. Juli 2023 und die nächste Winter Nordstil findet vom 13. bis 15. Januar 2024 statt.

Hinweis für Journalist*innen:

Weitere Informationen und Bildmaterial zur Nordstil finden Sie unter:
nordstil.messefrankfurt.com/presse

Folgen Sie der Nordstil auf Instagram und auf Facebook:
www.instagram.com/nordstilmesse



Ihr Kontakt:

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

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

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

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

nmedia.hub – Die Order- und Contentplattform der Home&Living Branche

Das digitale Order- und Contentmanagement für Marken und Händler*innen der Konsumgüterbranche verlängert die Messe und ermöglicht Bestellungen zu jeder Tages- und Nachtzeit an 365 Tagen im Jahr.

www.nmedia.solutions

Hintergrundinformation nachhaltige 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 Konzernumsatz betrug im Geschäftsjahr 2022 rund 450* Millionen Euro. Die Geschäftsinteressen unserer Kund*innen unterstützen wir effizient im Rahmen unserer Geschäftsfelder „Fairs & Events“, „Locations“ und „Services“. Eine entscheidende 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.

Nachhaltigkeit ist eine zentrale Säule unserer Unternehmensstrategie. Dabei bewegen wir uns in einer Balance zwischen ökologischem und ökonomischem Handeln, sozialer Verantwortung und Vielfalt.

Weitere Informationen: www.messefrankfurt.com/sustainability

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

* vorläufige Kennzahlen 2022