

TrendSet Sommer 2024: Stabiler Saisonauftakt in München

TrendSet Sommer 2024 läutet die Order für Herbst/Winter 2024.25 ein

Sie ist die größte Fachmesse der Branche im Sommer und die erste zum Orderstart für Einrichtung, Design und Lifestyle des 2. Halbjahres. Die gesamte Interiors & Lifestyle-Branche war wieder gut vertreten, als die TrendSet am 6. Juli 2024 mit der TrendSet Sommer 2024 die Order für Herbst/Winter 2024.25 einläutete. Rund 20.000 Fachbesucher aus ganz Deutschland, Österreich, der Schweiz und den angrenzenden europäischen Nachbarländern ließen sich von den rund 2.000 Ausstellern und Marken in sechs mit Neuheiten gefüllten Messehallen zu den neuesten Trends für die kommende Saison inspirieren. Einzelhandel, Großhandel und Onlinehandel orderten auf der TrendSet Sommer 2024 vom 6. bis 8. Juli 2024 frische Ware für Herbst/Winter 2024.25 und das kommende Weihnachtsfest.

Wieder einmal und gerade in den aktuellen Zeiten bestätigt die TrendSet ihren Status als wichtigste und größte internationale Interiors & Lifestyle-Messe im Sommer für die Konsumgüterbranche und ihre Bedeutung als Live-Event für Vertrieb und Akquisition der Aussteller aus Live & Give. Der Termin vom 6. bis 8. Juli war ideal. Durch die optimale Verteilung der drei Messetage auf Wochenende und Montag, hatten alle – ob Einzelhändler, Großhändler oder HoReCa-Entscheider – die Chance, die TrendSet zu besuchen. Und Business wurde auf der TrendSet nicht nur im Verkauf gemacht. Neben Inspiration und Order nutzten die Fachbesucher die TrendSet Sommer 2024 auch für Begegnung, Networking, Austausch und das Knüpfen neuer Kontakte. Denn die Herausforderungen an die Branche sind nicht nur groß, sondern sie wachsen immer mehr. Neben der aktuellen Wirtschaftslage sind Digitalisierung, Personalisierung und Nachhaltigkeit die großen Themen, denen sich vor allem der Einzelhandel stellen muss. Im Erfahrungsaustausch mit der Branche lassen sich hier neue Ideen für die geschäftliche Zukunft entwickeln. Einmal mehr zeigte sich auf der TrendSet Sommer 2024, dass die persönliche Begegnung und das individuelle Erleben von Produkten und Ideen durch nichts zu ersetzen sind.

Gelungener Start ins 2. Order-Halbjahr: Die TrendSet Sommer 2024 erfüllt die Erwartungen

Die Zeiten sind nicht leicht für den Einzelhandel. Umso mehr braucht es frische Produkte und Ideen, um die Kunden immer wieder aufs Neue zum Kauf zu motivieren. Neue Ware in kreativer Präsentation und viel Motivation gibt es auf der TrendSet immer wieder neu. Damit der Händler den Spirit weitergeben, und seinen Kunden ein optimales Käuferlebnis bieten kann. Denn das nächste Weihnachtsfest kommt bestimmt und damit die Nachfrage nach neuen, zeitgemäßen Produkten. Dementsprechend füllten die Fachbesucher auf der TrendSet Sommer 2024 die Auftragsbücher der Aussteller. Die zeigten sich mit dem Verlauf der Messe und dem Ordervolumen zufrieden, was vor allem den stabilen Besucherzahlen, dem optimalen Messestandort München und der hohen Qualität der Kontakte auf der TrendSet zu verdanken ist.

Nachhaltigkeit, New Work, Individualisierung – die Megatrends in München

Die TrendSet ist Order- und Trendplattform für die Branche. Das zeigte sich wieder auf der TrendSet Sommer 2024 in München. Neben den aktuellen Trends der Saison, die die TrendSet nach tiefer Trend-Recherche immer frühzeitig in Form von Trendmotiven an den Handel herausgibt, finden hier natürlich auch die Megathemen des Handels statt. Sei es in neuen Produkten, die den Trend der Individualisierung aufgreifen. Der auch in den weiteren Megatrend New Work übergreift, wenn es um moderne Ideen für Bürobedarf, -ausstattung und -design geht. Nachhaltigkeit ist neben Digitalisierung eine der größten Herausforderungen für den Handel. Produkte, Herstellung und Lieferketten auf die vom Konsumenten immer klarer geforderten Nachhaltigkeitsstandard zu

bringen, die Aufgabe. Viel wurde zu den Trends gezeigt. Und noch mehr in kleinen und großen Runden unter den Fachleuten gesprochen. Denn Austausch, Diskussion und Networking sind ein wichtiger Teil der Messe.

Trend zu fokussiertem Messebesuch geht weiter

Seit einiger Zeit zeichnet sich ein Trend zu konzentrierteren Messebesuchen mit weniger Personen pro Firma ab. Dazu gehört auch, dass der Fachbesucher heute seinen Besuch auf der Messe gezielter vorbereitet und seine Route strukturiert abarbeitet. Das bedeutet für die Aussteller ein Umdenken, denn der spontane (Neu-)Kontakt auf der Messe, wie er früher stattfand, nimmt immer mehr ab. Vor dem Hintergrund begrenzter Budgets und voller Lager wird nunmehr geplanter geordert. Aus diesem Grund gibt es von der TrendSet nicht nur das TrendSet Journal zur Vorbereitung des Messebesuchs, sondern seit 2022 auch die Online-Plattform TRENDSET365, für eine breite Präsentation der kommenden Produkte und Neuheiten. Über beide Medien können Fachbesucher ihren Messebesuch problemlos planen und sind gut informiert, wo, was und wie auf der TrendSet gefunden wird. Und das wird gut angenommen. Bisher sind auf der TRENDSET365 über 3.000 Produkte online ausgestellt und die Online-Plattform verzeichnete in den zwei Monaten vor der TrendSet Sommer 2024 rund 300.000 Impressions. Auch online und im Social Media ist die TrendSet stark aufgestellt. In den zwei Monaten vor der Messe gab es für die TrendSet über 500.000 Impressions bei Google und knapp 1 Mio. Impressions in Social Media. Das bringt auch den Ausstellern jede Menge Klicks. Ein Beispiel: So wurde eine Marke in der Google-Suche über TRENDSET365 4.100 Mal vor der Messe angezeigt und davon in Folge 122 Mal angeklickt.

„Die TrendSet gibt Ausstellern und Marken Raum für Präsentation und Vertrieb ihrer neuen Produkte. In sechs Messehallen, 15 Interiors & Lifestyle Fair Areas sowie den Topic Areas machen wir als erste und größte internationale Interiors & Lifestyle-Messe im Sommer Neuheiten und Trends für die Branche sichtbar. Wir bieten Gelegenheit zu Austausch und Inspiration. Schaffen in der TrendSet Newcomer Chancen für junge Unternehmen auf Wachstum und Entwicklung. Unsere Aussteller setzen Standards und geben Impulse. Auch beim großen Zukunftsthema Nachhaltigkeit. Mittlerweile finden sich in unserer Ausstellersuche rund 150 Marken mit Bio-Siegel, Fair-Trade-Siegel, FSC-Zertifizierung oder Oeko-Tex-Standard. Und nach der Messe ist bei uns nicht nur vor der Messe, sondern 365 Tage Ausstellung. Mit TRENDSET365 haben wir eine digitale Plattform geschaffen, auf der unsere Aussteller ihre Neuheiten rund ums Jahr, und damit bereits vor den stationären Messen, präsentieren können, damit sich der interessierte Fachbesucher frühzeitig für die neue Saison inspirieren lassen kann. Und die Entwicklung des letzten halben Jahres zeigt, wie wichtig das ist. Wir planen, TRENDSET365 mit KI weiter auszubauen, um Vorbereitung und Besuch der Messe auch digital zu unterstützen. Wir wollen dabei explizit nicht mit bestehenden Warenwirtschaftssystemen konkurrieren, sondern ausschließlich Produktinspiration und Messevorbereitung optimieren. Und auf Instagram & Co. halten wir das ganze Jahr über Kontakt zu unseren Fachbesuchern und präsentieren die neuesten Trends aus Interiors & Lifestyle sowie die aktuellen Neuheiten unserer Aussteller. Wir tun alles, um der Branche, und speziell dem Handel, in diesen herausfordernden Zeiten zur Seite zu stehen.“, beschreibt Tatjana Pannier, Geschäftsführerin der TrendSet, die Bedeutung der TrendSet als Fachmesse für Interiors & Lifestyle.

Neues aus den TrendSet Topic Areas

Die Topic Areas TrendSet Newcomer und TrendSet Bijoutex überzeugten die Fachbesucher wie immer mit speziellen, fokussierten und innovativen Neuheiten und Produkten aus Living & Giving. Die kleinen, innovativen, neuen und lokalen Unternehmen der TrendSet Newcomer zeigten vielversprechende, regionale, faire, handgefertigte und nachhaltige Produkte. Die TrendSet Bijoutex war mit ihrem attraktiven Angebot an Fashion, Modeschmuck und Accessoires wieder gut frequentiert.

Cosy Winter-Styles: Die Trends im Herbst/Winter 2024.25

Natur, Nachhaltigkeit und Komfort sind die übergreifenden Themen für die neuen Trends in Herbst/Winter 2024.25. Simplizität, organische Formen, sanfte Farbtöne und Cosy Designs setzen den Anspruch nach sinnvollen, wandelbaren und zukunftsfähigen Produkten um. Muster aus Mystik und Folklore, geometrische Formen und Patchwork bringen Tradition und Tiefe in die Entwürfe. Runde, fließende und organische Formen unterstützen den futuristischen Look vieler Designs. Sanfte Pastelltöne und weiche Neutrals erzeugen Ruhe und Gemütlichkeit. Mattes Blau, Gelb und Grün spiegeln die Natur wider. Und lebendiges Rot und Apricot beleben die Sinne.

Natürlicher Glamour: Die Trends zu Weihnachten 2024

Zarte und leuchtende Pastells sind Weihnachten 2024 groß im Kommen. Pinke Tannenbaumkerzen, irisierende Weihnachtsbaumkugeln oder festliche Tischdeko in Regenbogenfarben sorgen für fröhliche Festtagsstimmung. Coole Prints und Grafiken interpretieren das Thema Weihnachten modern und neu. Viele leichte Dekorationen entstehen aus Stoff oder Papier. Muster und Motive aus der Natur geben klassischer Weihnachtsdeko neuen Charakter. Natürliche Farbtöne wie Grün und Braun mixen sich mit Gold zu edlen Optiken. Folkloristische Sujets bringen rurale Gemütlichkeit in Designobjekte und Papeterie. Retro-Designs mit Vintage-Ästhetik verströmen eine heimelige Atmosphäre.

AUSSTELLERSTIMMEN

Ausstellerstimmen von der TrendSet Sommer 2024:

Die TrendSet läuft gut, auch in schlechten Zeiten. Unser Stand ist gut besucht, viel mehr als wir gedacht hätten. Unsere Neuheiten werden gut angenommen. Alle guten Firmen sind hier in München, auch viele neue ausländische Kunden. Wir kommen nur noch auf die TrendSet nach München. Hier ist es schön, die Umsätze sind gut – und für diese Zeiten sowieso. Wir denken daran unseren Stand noch zu erweitern.

Nico Attasio (Geschäftsführer, DECORAMA)

Sowohl Order wie Umsätze sind auf der TrendSet Sommer 2024 gut. Genauso wie die Stimmung auf der Messe.

Ute Vosteen (Geschäftsführerin, VOSTEEN)

Bei uns fing es schon am Samstag, dem ersten Messetag super an. Überraschenderweise, denn wir hatten aus der aktuellen Situation heraus gar nicht mit soviel Andrang gerechnet. Und der Messe-Sonntag läuft genauso. Hier auf der TrendSet ist ein guter Flow. Die Fachbesucher ordern gut, unsere vielen Neuheiten helfen dabei. Die Stimmung ist nicht euphorisch, aber gut, und die Leute bestellen wieder. Das 2. Quartal war für die Branche sehr schwierig, aber es scheint jetzt besser zu werden. Die TrendSet ist immer eine gute Messe, es ist super hier.

Helene Ellingson (CCO, RICE)

Mit Blick auf die aktuelle Marktsituation sind wir mit der Messe zufrieden. Man muss die Erwartungen richtig setzen und mit dem richtigen Einladungsverhalten gegenüber den Kunden kommt der Messeerfolg. Und es zählt die Lage, nicht nur München an sich, sondern auch auf der TrendSet. Hier in Halle B1 haben wir eine Top-Lage mit einem Super-Umfeld.

Philip Wurm (Geschäftsführer, G. Wurm)

Wir haben eine stabile Order hier auf der TrendSet, aber kein Wachstum. Die Branche ist immer noch im Krisenmodus. So machen wir auch hier in München „business as usual“.

Arne Giercke (Leiter Außendienst DACH, BOLTZE Home Collections)

Der Samstag war eher schwach, aber der Messe-Sonntag lief gut. Die Leute haben eine positive Stimmung und ordern.

Tim Maier (Geschäftsführer, AM-Design)

Der Messe-Sonntag ist sehr stark. Die Besucher ordern wieder. Viele Stammkunden sind hier, aber auch viele Neukunden kommen an unseren Stand. Einige lassen sich auch nur inspirieren und ordern später, weil sie erst einmal ihren Bestand wegbekommen wollen. Wir sind gut frequentiert und sind sehr zufrieden mit dem Messeverlauf und freuen uns über unseren guten Standplatz.

Karin Vogt (Vertriebsleiterin, Artebene)

Der Messesamstag war eher ruhiger, vielleicht auch wegen des heißen Wetters. Aber der Sonntag läuft gut. Wir machen Aufträge hier. Die Stimmung ist hier, genauso wie die TrendSet, gut.

Ferry Mulder (General Manager, Cor Mulder)

Wir haben den Eindruck, dass die Besucherzahlen leider etwas schwächeln. Aber die wichtigen und auch potenziellen Kunden sind hier auf der TrendSet. Der Umsatz ist gut, aber wir kommen nicht ganz an unser Vorjahresergebnis heran. Denn der Markt ist nach wie vor schwierig für den Fachhandel. Wir merken, dass unsere Kunden gezielter und kurzfristiger ordern, um erst einmal ihre Bestände abzubauen. Das heißt, der ist im Vorteil, der schnell und kurzfristig liefern kann.

Peter Kwoka (Geschäftsführer, Kwoka Floristik)

Die Messe läuft gut. Mein Team hat gut vorgearbeitet und wir machen hier auf der TrendSet Super-Termine. Trotz Krisenstimmung am Markt expandieren wir. Gerade jetzt sollte man sich gut aufstellen. Denn die Zeiten werden auch wieder besser werden. Und dann sollte man bereit sein.

Michael Rossmann (Geschäftsführer, Pad Home Design Concept)

Die Branche kämpft hart – aber das tun wir gut und gerne. Wer sein Business ernst nimmt, kommt. Die TrendSet ist relevant und hat einen stabilen Saisonauftakt geliefert. Der Samstag war schwächer, aber der Zulauf am Messe-Sonntag hat das wieder wettgemacht. Die Kunden, die kommen, bestellen. Trotz leichtem Besucherrückgang verzeichnen wir tolle Durchschnitte.

Lars Adler (Geschäftsführer, HOFF Interieur)

Die TrendSet Sommer 2024 läuft sehr gut für uns. Hier treffen wir Kunden und Interessenten aus Deutschland, Österreich, den Niederlanden und Frankreich. Wir verkaufen vor allem an Luxussegmente in Premium-Kaufhäusern, Floristik sowie Concept-, Fashion- und Online Stores. Die sind hier in München auf der Messe. Vor allem unsere Weihnachtskollektion wird gut angenommen. Aber wir haben auch schon Pre-Orders für Ostern.

Michelle Tak (Sales Manager, VONDELS)

Am Messe-Sonntag waren unsere Umsätze besser als im Vorjahr. Und prozentual haben sogar mehr Neukunden Aufträge platziert. Vor allem Österreicher und Schweizer ordern. Es scheint, dass dort der Einzelhandel noch besser verkauft. Wir haben ein breites Portfolio an Produkten. Deshalb kommt auch ein breites Publikum zu uns

an den Stand. Die TrendSet ist eine der besten Messen in der Branche. Alles läuft hier gut. Und die Atmosphäre ist locker und entspannt. Eine schöne Messe.

Norbert Kamps (Commercial Director, Cosy & Trendy)

Die TrendSet ist unsere erste B2B-Messe. Die Besucher sind sehr interessiert. Die TrendSet Newcomer ist eine gute Chance für kleine Firmen, besonders mit nischigen Produkten, in die Branche hineinzuschnuppern.

Susanne Betzenbichler (Gründerin, Firlefan Design) – Topic Area TrendSet Newcomer

Die TrendSet Sommer 2024 läuft gut. Die Besucher zeigen Interesse und ordern. Die Stimmung ist gut und die Leute haben Lust auf neue Produkte. Die TrendSet ist eine feine Messe. Wir sind jedes Jahr hier. Angefangen haben wir auf der TrendSet Newcomer und sind nun immer in der TrendSet Bijoutex.

Eva Gotthardt (Vertrieb, A Beautiful Story) – Topic Area TrendSet Bijoutex

IM ÜBERBLICK

Die Fakten zur TrendSet Sommer 2024

TrendSet – 123. Internationale Fachmesse für Interiors, Inspiration und Lifestyle von Samstag, 6. Juli bis Montag, 8. Juli 2024 auf dem Messegelände der Messe München in den Hallen A1 to A3 and B1 bis B3.

Fachbesucher	19.675 (-2,86 % zum Vorjahr)
Marken und Kollektionen	1.974
Anteil internationaler Marken Kollektionen (Aussteller)	Mehr als 50 %
Messefläche/Ausstellungsfläche	70.000 qm
Ausstellungsschwerpunkte	<p><u>TrendSet Interiors & Lifestyle Fair Areas</u></p> <p>Live & Give Furniture & Lighting Decorations & Accessories Furnishings & Design Objects Home & Textiles Fashion & Jewellery Beauty & Wellness</p> <p>Cook & Eat Kitchen & Tabletop Food & Drink</p> <p>Decorate & Create Floristry & Garden Christmas & Seasonals Gifts & Fun Spirituals & Souvenirs</p>

	<p>Work & Play Stationery & Papery Office & School Hobbies & Toys</p> <p>TrendSet Topic Areas TrendSet Newcomer Start-ups & Locals TrendSet Bijoutex Accessoires TrendSet Fine Arts Zeitgenössische bildende Kunst</p>
--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

ACHTUNG, BITTE VORMERKEN (Save the Date!): Die TrendSet Winter 2025 findet vom 31. Januar bis 2. Februar 2025 statt.

251 Zeilen, 2.465 Wörter, 16.233 Zeichen (mit Leerzeichen)

Der Abdruck ist honorarfrei.

Über ein Belegexemplar würden wir uns freuen.

Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte an:

INCREON GmbH

Jessica Zehetmaier

jz@increon.com

Robert-Bürkle-Str. 3

85737 Ismaning

Deutschland

Fon 00 49.89.96 22 86-0

Fax 00 49.89. 96 22 86-76