

TrendSet Winter 2024:**Auf diese Messekonstante kann sich die Branche verlassen**

In unruhigen Zeiten ist die TrendSet verlässlich und richtungsweisend für die Branche, ist zentrale deutsche Messekraft in Europa.

- **Erster Ordertermin für die Interiors & Lifestyle-Branche im Jahr**
- **TrendSet Winter 2024 zeigt sich in den Besucherzahlen beständig**
- **Neues Christmas-Area-Konzept für 2025 in Entwicklung**

Trotz unruhiger Zeiten behauptet sich die TrendSet einmal mehr als stabile, trend- und richtungsweisende Messekonstante für die Interiors & Lifestyle-Branche. Und läutete am 6. Januar 2024 auf der TrendSet Winter 2024 die Order für Frühjahr/Sommer 2024 ein. Nach Jahren der „vorsichtigen“ Sortimente standen dieses Mal wieder Neuheiten und Innovationen im Präsentationsfokus. Der Handel schaut wieder mehr nach vorn und will neue, besondere Kollektionen sehen und ordern. Auch wenn die Kaufkraft der Verbraucher nach wie vor belastet ist, versucht der Handel mit gut gefüllten Regalen und guten Ideen dem Verbraucher ein optimales Käuferlebnis zu bieten und mit zeitgemäßen Produkten Nachfrage aufzubauen. Das zeigte in München umso mehr die Bedeutung der TrendSet als richtungsweisende und trendgebende Messe für die Branche.

Mit konstanten Fachbesucherzahlen und überdurchschnittlich hochwertigen Kontakten zeigte die TrendSet Winter 2024 wie im Vorjahr einen stabilen, kontinuierlichen Messerverlauf. Die kaufkraftstarken Fachbesucher aus ganz Deutschland, Österreich, der Schweiz und den angrenzenden europäischen Nachbarländern orderten auf der TrendSet Winter 2024 vom 6. bis 8. Januar 2024 frische Ware für die neue Saison, für Ostern und vor allem auch schon das kommende Weihnachtsfest. Was den Status und die Bedeutung der TrendSet als wichtigste und größte erste Interiors & Lifestyle-Messe im Jahr für die Konsumgüterbranche wieder bestätigt. Der optimale Messestandort München und die hohe Qualität der Kontakte machten die TrendSet Winter 2024 zu einem gelungenen Saisonauftakt für die Interieur- & Lifestyle-Branche. Und es zeigte sich einmal mehr, dass vor allem auch in herausfordernden Zeiten das Live-Erlebnis einer Messe durch nichts zu ersetzen ist.

Die TrendSet setzt als zentrale deutsche Messekraft in Europa Zeichen

In einer Zeit, in der Globalität durch weltpolitische Ereignisse zunehmend erschwert wird, ist das Besinnen auf den Kern essenziell. Mit überdurchschnittlich großer regionaler Stärke und dem kaufkraftstärksten Einzugsgebiet in Europa kann die TrendSet auch international strahlen. Im Herzen Europas und der DACH-Region, ist München der bezahlbare Top-Messestandort – fokussiert auf die Bedürfnisse von Ausstellern und der gesamten Branche. Das starke Selbstverständnis der TrendSet macht sie zur zentralen deutschen Messekraft in Europa, die Zeichen setzt und der Branche national wie international Richtung gibt. Der Trend zu kürzeren und konzentrierten Besuchen mit weniger Personen pro Firma setzt sich wie schon auf den letzten Messen fort. Die Branche sieht einen Trend hin zu schnellerer, flexiblerer Order. Vor allem der Einzelhandel versucht sich mehr und mehr an flexiblerer Lagerhaltung. Gefragt sind daher Anbieter, die zuverlässig und schnell liefern können. Für die Hersteller gilt, sich einen trendsicheren Bestand aufzubauen, um auf die kürzeren Nachfragezyklen reagieren zu können. Denn flexible Order im Sinne eines intelligenten Ordermanagements wird in der Branche weiter an Bedeutung gewinnen. Gerade die TrendSet mit ihrem umfassenden und konzentrierten Trendüberblick zum frühesten Zeitpunkt, ist für die Branchen maßgebend, um die richtigen Einkaufsentscheidungen treffen zu können.

Christmas-Area-Konzept zur TrendSet Winter 2025 erwartet

„Die übersaisonale Präsentation von Waren auf der Messe nimmt immer mehr zu. Viele Aussteller hatten im Bereich Christmas & Preview wieder ein breites Sortiment für das kommende Weihnachtsfest, aber auch Herbst-Deko & Co. im Gepäck. Um der wichtigen Weihnachtsware bereits Anfang des Jahres mehr Raum zu geben und Ausstellern wie Besuchern mehr und frühzeitigere Info- und Ordersicherheit zu ermöglichen, braucht es einen klaren Trendausblick. Hierfür plant die TrendSet zum nächsten Wintertermin im Januar 2025 ein eigenes Christmas-Area-Konzept.“ so Tatjana Pannier, Geschäftsführerin der TrendSet. Fokus-Areas, wie zum Beispiel die TrendSet Newcomer-Area haben sich bereits bestens bewährt. Seit über 10 Jahren ist die TrendSet Newcomer-Area für hunderte Neuaussteller ein Sprungbrett in den Markt. Weil die TrendSet Fachbesucher mit besonders hoher Kaufkraft anzieht, ist das Entree in den Markt für Newcomer hier umso erfolgsversprechender. Diese Form der Fokussierung wird die TrendSet auch für die wichtigen Christmas-Sortimente umsetzen. Ein eigens auf das Thema zugeschnittener Bereich wird die neuen Produkte für den Winter featuren. Das Christmas-Area-Konzept wird die TrendSet weiter stärken und wird zum wichtigen Teil des gesamten Erfolgsmessekonzeptes. Das Konzept ist bereits in Planung. Die TrendSet kommt zeitnah auf die Aussteller zu.

Neues aus den TrendSet Topic Areas

Die Topic Areas TrendSet Newcomer, TrendSet Fine Arts und TrendSet Bijoutex überzeugten die Fachbesucher 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. Auf der TrendSet Fine Arts präsentierten Künstler aus Malerei, Bildhauerei, Fotografie und Grafik ihre zeitgenössische Kunst. Die TrendSet Bijoutex war mit ihrem attraktiven Angebot an Fashion, Modeschmuck und Accessoires wieder gut frequentiert.

TRENDS

Natur pur: Die Trends im Frühjahr/Sommer 2024

Frische Pastells, matte Farbtöne, runde Formen und pure Designs laden im Frühjahr/Sommer 2024 zu Wellness, Ruhe und Regeneration ein. Ton in Ton entstehen ruhige Deko-Kompositionen. Sanfte Oberflächen treffen auf roughe Materialien. Früchte, wie Zitronen und Paprikas, sind prägende Frühjahrs motive auf Geschirr, Textilien und Dekoration. Gelb und Grün sind dementsprechend zwei der Hauptfarben in der neuen Saison. Boho und südliches Ambiente treffen auf skandinavisches Design. Erlaubt ist, was ästhetisch ist. Retro-Entwürfe werden neu interpretiert und mit leuchtenden Farben modernisiert. Sujets aus der Natur zeigen sich in verschiedenen Facetten. Erdige Farbtöne, Blau und Korallenrot komplettieren den aufregend natürlichen Look der Designs.

Moderne Nostalgie: Die Trends zu Ostern 2024

Die Trends in Interiors & Lifestyle zu Ostern 2024 sind vielfältig, bunt und fröhlich. Eier, Hasen & Co. werden mit pastelligen Karomustern, filigranen Naturmotiven oder retrospektiven Ornamenten verziert. Hühner und Küken in verschiedensten Ausprägungen und Farben dürfen auf der Ostertafel nicht fehlen. Die Deko besteht aus einem farbenfrohen Mix and Match an Stilen, Materialien und Designs. Handmade-Optiken sind wieder groß im Kommen. Landhaus im skandinavischen, amerikanischen oder französischen Stil bringt leichte, rustikale oder elegante Gemütlichkeit in die Entwürfe. Toile-de-Jouy-Muster auf Interiors-Accessoires und Table Top zeigen einen Hauch nostalgischen Glamour. Streublümchen-Dekor sorgt für zart-rurale Stimmung am Ostertisch. Die Farbpalette zu Ostern orientiert sich an der frühlingshaften Natur. Leuchtende Pastells, ruhige Brauntöne und sanfte Grünschattierungen bilden mit meditativen Blau-Tönen harmonische Wohlfühl-Allianzen.

AUSSTELLERSTIMMEN

Ausstellerstimmen von der TrendSet Winter 2024:

Der Samstag war gut, der Sonntag eher schwächer und der Montag ist ungewiss wegen den Bauernprotesten und sonstigen Streikandrohungen. Trotzdem hatten wir vor allem am Samstag eine gute Order. Das Stammpublikum ist immer hier in München. Und Neukunden kommen auch. Wir haben viele Preview-Artikel aus dem kommenden Weihnachtssortiment dabei. Auch das läuft hervorragend hier. Wir sind immer sehr zufrieden mit der TrendSet. Wir haben eine gute Platzierung und die Messe-Organisation ist top.
Philip Wurm (Geschäftsführer, G. Wurm)

Gleich der erste Messetag, der Samstag, der ja hier im Süden auch ein Feiertag war, war gut besucht. Allerdings merken wir, dass vorsichtiger geordert wird. Auch am Sonntag ist der Stand voll. Montag erwarten wir wie immer unsere Großeinkäufer. Wenn die aktuellen Gegebenheiten es zulassen.
Nico Attasio (Geschäftsführer, DECORAMA)

Es ist schön auf der TrendSet, wir haben einen tollen Stand. Die Stammkunden kommen und viele Neukunden. Die Stimmung ist durchweg positiv hier. Messe ist so wichtig. Und die TrendSet ist eine tolle Messe mit großem Einzugsgebiet, gute Klientel und bester Stimmung. Die meisten Kunden blicken nach vorn. Die, die hierher auf die TrendSet kommen wollen Neues sehen und ordern. Der Jahresauftakt in München ist gut – das war schon immer so. München hat ein sehr gutes Niveau, die TrendSet ist einfach eine gute Messe.
Karin Vogt (Sales Director, Artebene)

Der Samstag war super, sehr voll bei uns am Messestand. Die Messe läuft sehr gut. Wir sind super zufrieden. Wir mögen die TrendSet. Im Sommer wie im Winter eine gute Messe. Mit einem schönen Standort. München ist einfach cool. Viele Stammkunden und auch Neukunden aus Deutschland, Österreich und der Schweiz besuchen uns hier am Messestand. Wenn man sich zwischen Frankfurt und München entscheiden muss, geht man natürlich nach München.
Konstantin Berk (Mitinhaber, Berk)

Es läuft super hier auf der TrendSet. Samstag war richtig viel los mit hohen Orderzahlen. Wir sind sehr begeistert. Auch der Sonntag war gut. Unser Stand ist voll.
Darwin Molenaar (Internal Account Manager Large Accounts, Light & Living)

Der Samstag, vor allem am Vormittag, war ein richtig guter Messetag. Der Sonntag war auch gut. Viele Stammkunden waren bei uns am Stand und haben geordert. Die Stimmung hier auf der TrendSet ist gut. Unsere Kunden hatten ein gutes Weihnachtsgeschäft und ordern hier neue Ware.
Arnold Maier (Geschäftsführer, AM-Design)

Die Messehallen hier auf der TrendSet sind gut gefüllt. Der erste Messetag, der Samstag, war sehr gut für uns. Wir haben mehr Order bekommen als das letzte Mal im Winter hier. Und es sind auch mehr Leute bei uns am Stand. Das Orderverhalten ist wieder wie vor der Krise.
Ute Vosteen (Geschäftsführerin, VOSTEEN)

Der Samstag war fantastisch, bester Messetag ever! Und auch der Sonntag läuft gut an. Wir sind sehr zufrieden. Die Stimmung der Kunden ist generell besser geworden. Wir begrüßen hier viele Neukunden an unserem Stand.
Hanne Peters de Fockert (General Agent Germany, by Room)

Es wird vorsichtiger geordert und es werden eher kleinere Aufträge geschrieben. Das ist bei uns auf der Frühjahrsmesse aber normal und da bei uns eh das ganze Jahr geordert wird, nicht weiter schlimm.

Florian Hofer (Geschäftsführung, Florex)

Der Samstag war gut und der Sonntag ist ein bisschen ruhiger. Wir verzeichnen sehr gute Order auf der TrendSet Winter 2024. Wie im letzten Jahr. Unser gesamtes Sortiment läuft hier sehr gut.

Claudia Vamdrup (Vertriebsleiterin, Ib Laursen)

Am Samstag war es hier super busy. Ich bin mit fünf Mitarbeitern hier und alle hatten voll zu tun bis abends. Die Stimmung auf der Messe ist gut, auch bei den Besuchern. Wir schauen optimistisch nach vorne und darauf, was das neue Jahr dem Handel bringt.

Helene Ellingson (CCO, RICE)

Wir hatten am Samstag das gleiche Kundenaufkommen wie letztes Jahr, die Frequenz war ok. Ein bisschen weniger Order, wie das letzte Mal, aber wir sind mit dem Auftakt in die neue Saison zufrieden.

Christian Foitzik (Verkaufsleiter DACH, BOLTZE Home Collections)

Die Messe lief durchschnittlich gut. Am Samstag hatten wir gute Order. Wir sind den Umständen entsprechend zufrieden.

Ferry Mulder (General Manager, Cor Mulder)

Der Samstag lief überraschend gut. Die Kunden sind gut gestimmt und zuversichtlich. Man merkt, dass sich das Orderverhalten ändert. Der Mengeneinkauf ist eher verhalten. Die Kunden wollen sich keine großen Lagerbestände mehr aufbauen. Sie setzen vielmehr auf Hersteller und Anbieter die schnell, zuverlässig und flexibel liefern können. Es geht wieder mehr auf den gesunden Mittelstand, der leistungsbereit, flexibel und widerstandsfähiger gegen Schwankungen ist. Das ist unsere Klientel. Der Standort „Messe“, wie die TrendSet, ist Kommunikationsbörse und Treffpunkt für die Branche. München ist stabil, die Qualität der Anbieter hoch und die Kunden ordern hier. Klar, Messen kosten immer Geld. Aber nicht hier zu sein, wäre viel teurer! Wir sind mit dem Start des Messejahres auf der TrendSet zufrieden.

Peter Kwoka (Geschäftsführer, Kwoka Floristik)

Die TrendSet Winter 2024 läuft gut. Das ganze Wochenende über. Wir sind das 2. Mal auf der TrendSet und unsere Produkte kommen hier gut an. Viele Stammkunden und Neukunden aus Deutschland, Österreich und der Schweiz besuchen uns hier. Die Kunden wollen jetzt wieder was Neues. Die Fachbesucher finden hier auch besondere Kollektionen, anders als auf anderen Messen. Auch sind die Hotels hier nicht so exorbitant teuer wie zum Beispiel in Frankfurt. Die zu großen, zu teuren Messen bröckeln. Anders als die TrendSet, die bleibt eine stabile Messe.

Andreas Losch (Inhaber, Lovely Linen)

Samstag und Sonntag laufen gut. Der Samstag war unser bester Messtag seit 17 Jahren! Der hat umsatztechnisch alles getoppt. Unsere Kollektion kommt hier gut an. Wir kriegen viel positives Feedback. Es ist mega.

Michael Rossmann (Geschäftsführer, Pad Home Design Concept)

Den äußeren Einflüssen zum Trotz läuft die Messe soweit gut. Sogar ein bisschen besser gegenüber dem Vorjahr. Es ist eine ganz normale Frühjahrsmesse. Die Besucher, die kommen, ordern auch. Wir sind zufrieden.

Peter Konert (Vertriebsleiter, Konert Home)

Samstag und Sonntag liefen sehr gut, der Montag ist umständehalber ein bisschen ruhiger. Wir sind happy mit dem Messeverlauf. Wir haben viel Traffic am Stand, wer kommt, ordert. Viele Neukunden. Wir sind seit mehr als 10 Jahren auf der TrendSet. Die TrendSet ist immer gut für unser Business. Die Klientel ist wie immer ein Mix aus deutschen, österreichischen und schweizerischen Fachbesuchern. Wir sind sehr happy mit der TrendSet. Alles super organisiert hier. Wir sind auf so vielen Messen in Europa und hier funktioniert es bestens. Wir haben den Vergleich.

Philippa Ahlström (Manager, the moshi)

Es ist momentan ein schwieriges Handelsumfeld, daher ist die Messe umso wichtiger, um das Ohr am Markt zu haben. Die ersten beiden Messetage liefen stabil. Durch die Streiksituation in Deutschland ist der Montag eher schwächer. Das mag durchaus auch an der Nachrichtenlage gelegen haben. Die TrendSet ist eine wichtige Messe für uns.

Lars Adler (Geschäftsführer, HOFFInterieur)

Wir sind, ob der äußeren Umstände, dieses Mal mit etwas Bauchschmerzen nach München gekommen und wurden eines Besseren belehrt. Die TrendSet Winter 2024 lief für uns fantastisch! Wir sind seit 16 Jahren auf Messen unterwegs und der Samstag war unser bester Messetag ever. Viele treue Kunden kamen, vermehrt auch aus der Schweiz. Wir sind rundum zufrieden. Die TrendSet ist einfach immer easy going. Eine schöne Messe mit guter Platzierung, toll organisiert.

Matthias Dorbath (Gesellschafter, The Craftshop)

Wir sind zum 3. Mal auf der TrendSet und es ist alles super. Wir sehen hier, dass unser Produkt gut am Markt ankommt. Der Samstag war gut und der Sonntag noch besser. Da waren die Kunden nochmal orderfreudiger. Die Leute kommen, um zu ordern. Die TrendSet ist super!

Christian Lang (Geschäftsleitung, Sugar Bliss)

Die TrendSet Winter 2024 ist die erste große Messe überhaupt für uns. Und es läuft gut hier. Vor allem der Samstag, der 1. Messetag, war sehr voll. Die Besucher sind sehr interessiert und wir haben gute Erstbestellungen. Wir versuchen, mit unseren Produkten in die Läden zu kommen. Das Newcomer-Konzept der TrendSet hilft uns dabei. Wir können uns und unsere Produkte auf einem schönen, großen Stand präsentieren. Die Besucher hier sind offen für Neues, mögen kleine Brands und suchen besondere Kollektionen. Macht Spaß hier auf der TrendSet. Es läuft so, wie wir es uns gewünscht haben.

Jennifer Laible (CEO & Founder MA°ALAH! Manufaktur) – Topic Area TrendSet Newcomer

Der Samstag war super, hat richtig Spaß gemacht. Gute Order, gute Stimmung – wie früher in den guten Zeiten. So kann das Jahr 2024 weitergehen. Neben Deutschen und Österreichern sind auch viele Besucher aus der Schweiz hier. Die TrendSet macht einen sehr guten Job, sonst wäre der Saisonstart nicht so gut gelungen. Hier herrscht ein guter Messe-Flow. TrendSet heißt immer: Gute Stimmung. Das ist in der heutigen Messelandschaft nicht selbstverständlich.

Margot Wurzer-Stummer (Geschäftsführerin, TOPTTEAM) – Topic Area TrendSet Bijoutex

IM ÜBERBLICK

Die Fakten der TrendSet Winter 2024

TrendSet – 122. Internationale Fachmesse für Interiors, Inspiration und Lifestyle
von Samstag, 6. Januar bis Montag, 8. Januar 2024
auf dem Messegelände der Messe München
in den Hallen A1 bis A3 und B1 bis B3.

Fachbesucher	22.328 (-0,93 % zum Vorjahr)
Marken und Kollektionen	2.014
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</p> <ul style="list-style-type: none"> • Furniture & Lighting • Decorations & Accessories • Furnishings & Design Objects • Home & Textiles • Fashion & Jewellery • Beauty & Wellness <p>Cook & Eat</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kitchen & Tabletop • Food & Drink <p>Decorate & Create</p> <ul style="list-style-type: none"> • Floristry & Garden • Christmas & Seasonals • Gifts & Fun • Spirituals & Souvenirs <p>Work & Play</p> <ul style="list-style-type: none"> • Stationery & Papery • Office & School • Hobbies & Toys <p><u>Drei TrendSet Topic Areas</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • TrendSet Newcomer Start-ups & Locals • TrendSet Fine Arts Zeitgenössische bildende Kunst • TrendSet Bijoutex Accessoires

Die TrendSet Sommer 2024 findet vom 6. bis 8. Juli 2024 statt.

275 Zeilen, 2.866 Wörter, 18.335 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, Robert-Bürkle-Str. 3, 85737 Ismaning

Fon 00 49.89.96 22 86-0, jz@increon.com