

news +++ Nordstil
11. bis 13. Januar 2025

nordstil

Orderlaune statt Konsumfrust: Nordstil Winter beflügelt die Branche

Frankfurt am Main, 13. Januar 2025. Acht Hallen voller Aufbruchstimmung, Inspiration und neuer Impulse für den Handel – das war die Nordstil Winter vom 11. bis 13. Januar 2025 in Hamburg. Über 750 Aussteller aus 23 Ländern präsentierten ihre Neuheiten rund um die schönen Dinge des Lebens den rund 14.000 Besucher*innen¹. Damit erzielte die erste Konsumgütermesse des Jahres ein Besucherplus. Fazit der Nordstil-Community: Die Stimmung im Handel ist besser als die Prognosen der Experten ahnen ließen, Händler*innen hatten Lust zur Order.



Gute Orderlaune allenthalben: Die Nordstil Winter hat einen guten Start in die neue Geschäftssaison hingelegt. Foto: Messe Frankfurt / Rolf Otzipka

„Eines ist ganz klar, nicht nur die Sonne strahlte drei Tage lang über dem Hamburger Messegelände, sondern auch die Teilnehmer*innen – und das vor Freude. Die Nordstil konnte mit bester Orderlaune, Trends, Inspiration und Business satt punkten. Erfrischende neue Sortimente, die Kund*innen in herausfordernden Zeiten bei (Konsum-)Laune halten, dafür war die Nordstil Winter die beste und allererste Order- und Businessplattform des Jahres. Wie immer hat sie mit angenehmer Atmosphäre, Familiarität und entspannter Stimmung gepunktet“, betont Julia Uherek, Bereichsleiterin Consumer Goods Fairs. Unzählige Neuheiten aus den fünf Produktbereichen sowie der inspirierende Pioniergeist des begleitenden Rahmenprogramms begeisterten das Fachpublikum. Besonderes Interesse verzeichneten die Produktbereiche Küche & Genuss und Geschenke & Papeterie. Zusätzlich hat die Neuplatzierung bei Schmuck & Mode zu mehr Neukontakten in diesem Segment geführt. Mehr Besucher*innen kamen vor allem aus Österreich, der Schweiz und den Niederlanden an die Alster.

¹ FKM-zertifiziert stellten im Winter 2024 749 Aussteller auf der Nordstil aus, und es kamen 13.150 Besucher*innen.

Angesichts der zunehmenden Konsolidierungen und Insolvenzen im Konsumgütermarkt erfreute die unerwartet positive Stimmung alle Teilnehmer*innen. Aussteller wie Händler*innen nutzten die Nordstil, um die eigene Sichtbarkeit zu stärken, Netzwerke zu knüpfen, Markttrends und Kundenbedürfnisse zu verstehen und zu erleben. In diesem Sinne war das aus Sicht des Handelsverbandes Wohnen und Büro (HWB) der perfekte Start ins Messejahr: „Kurze Wege, klare Strukturen und die Kombination aus Ordermesse, Trendinseln und interessanten Fachvorträgen macht den Messebesuch der Nordstil für den Handel so wertvoll. In punkto Wohntrends ist der Bereich Stil & Design eine wahre Fundgrube an inspirierenden Ideen, wobei das skandinavische Design traditionell in Hamburg eine große Rolle spielt. Ein weiterer Pluspunkt der Nordstil ist der Mix aus renommierten Marken und vielfältigen Newcomern. Hier kann sich jeder Händler seinen individuellen Sortimentsmix zusammenstellen,“ bestätigt Beate Schraml, Leiterin GPK im Handelsverband Wohnen und Büro.

Stephanie Böhm, Inhaberin von Landsitz Mehle/Gut Koldingen Gartenmöbel ist begeistert: „Die Nordstil ist eine Messe, die ich seit Jahren sehr schätze. Für mich ist sie jedes Mal aufs Neue eine sehr gute Gelegenheit, meine Kontakte und mein Wissen aufzufrischen, und ein durchweg entspanntes wie inspirierendes Messeerlebnis“. Sylvia und Tochter Katharina Hohmann von Betten Hohmann aus Hannover sind dagegen das erste Mal dabei: „Angeregt durch Pip Studio und Cawö sind wir hier auf der Suche nach schönen Geschenkartikeln, die unser Bettenangebot erweitern – nicht viel soll es sein, aber dafür besondere, originelle Zusatzartikel wie Olivenöle oder Gewürze, und wir sind sicher, dass wir hier fündig werden“.

Hohe Besucher- und Ausstellerzufriedenheit

Dementsprechend bestätigt die Besucherbefragung erneut hohe Zufriedenheitswerte. Insgesamt zeigten sich 96 Prozent zufrieden mit ihrem Besuch. 90 Prozent sind zufrieden mit dem Ausstellungsangebot. Dies überträgt sich auch auf die Aussteller, die insbesondere die hohe Frequenz und viele Neukundenkontakte schätzten. „Der erste Tag der Nordstil war der beste Messetag in unserer Firmengeschichte – und das seit 34 Jahren über alle internationalen Messen hinweg. Die Bude war von morgens bis abends voll, und das in diesen Zeiten! Die Nordstil Hamburg überzeugt mit ihrer entspannten, professionellen Atmosphäre. Klein aber fein, ist sie im positiven Sinne unaufgeregt effizient. Das Gesamtpaket in Hamburg ist stimmig, denn hier kommen viele Menschen zusammen, die viel Spaß an ihrer Arbeit haben und das macht eine coole Veranstaltung aus“, bestätigt Christian Schmidt, Geschäftsführer Gift Company. Diesem Tenor schließen sich etliche Aussteller über alle Angebotssegmente hinweg an. „Die Neugier, der Spirit sind wieder da und der Pessimismus der letzten Jahre verflogen, das spiegeln die Einkäufer*innen wider. Ich bin super zufrieden, sogar überrascht zufrieden angesichts der Marktlage. Die Besucherfrequenz ist sehr gut, darunter ca. 50 Prozent neue Kunden. Hier sind vor allem kleinere Concept Stores aus der Küstenregion sowie ganz Deutschland vertreten“, bestätigt Thomas Poganitsch, Geschäftsführer der Manufaktur Formpoet aus Wien. „Deutlich mehr Kunden und ein höheres Orderverhalten sowie dieses Mal auffallend mehr Besucher aus Süddeutschland haben wir festgestellt. Diese gute Grundstimmung hatten wir so nicht erwartet. Die Fachhändler*innen strahlen hier Optimismus aus, was auch uns Sicherheit gibt und beflügelt. Die Nordstil hat einen guten Start hingelegt“, resümiert Tim Schuberth, Vertriebsleitung Grafikwerkstatt.

Neue Ideen für den Point of Sale

Das breitgefächerte Rahmenprogramm regte zum Austausch zu den aktuellen Trendthemen an – wie die Vorträge und Führungen im Nordstil Forum, hier wurden besonders die Themen zur Schaufensterdekoration mit Wow-Effekt, die Guided Tour zu besonders nachhaltig orientierten Ausstellern aus dem Ethical Style-Programm sowie der Trend hin zum leichteren Konsum alkoholreduzierter bis alkoholfreier Drinks stark nachgefragt. Das Village bot Anregendes für die Warenpräsentation am Point of Sale. Die Buddelhelden überzeugten mit ihrer feinen Auswahl an edlen Tropfen, Weinen und Spirituosen. Das Förderareal Nordlichter begeisterte das Fachpublikum mit kreativen Innovationen kuratierter junger Designer*innen, Start-ups und Manufakturen mit ausgeprägtem Sinn für Design und Nachhaltigkeit. Dass das Newcomer-Areal Anleger als Treffpunkt für neue Aussteller und Wiederkehrer aller Produktbereiche funktioniert, das bestätigt Maike Burghardt, Laut Germany: „Samstag war großartig, Menschen suchen was Neues und wollen direkt ordern und bestellen. Für uns war das eine schöne erste Ordermesse-Erfahrung, denn wir sind mit unseren Handyhüllen eher auf technikaffinen Messen präsent. Somit war der Anleger für uns sehr gut, um den Messeauftritt ohne großen Aufwand zu testen“. Andrea Bildstein von Picture Pebbles schließt sich an: „Der Anleger ist ein guter Bereich, um gesehen zu werden und interessante Kontakte zu knüpfen“. In diesem Jahr ist das Newcomer-Areal auf 19 neue Teilnehmer*innen gewachsen.

Highlight: Trendinseln boten breites Spektrum für umsatzfördernde Sortimente

Einen exklusiven, kompakten Blick auf die kommenden Trends für Frühjahr/Sommer 2025 boten die Trendinseln mit einer kuratierten Auswahl von Karin Wahl, Visual Merchandising-Expertin. Die kommende Saison steht unter dem Zeichen von Polarität und Entschleunigung – zwei gegensätzliche, aber harmonische Trendströmungen. Lebendige, kontrastreiche Farbwelten treffen auf sanfte Töne und weiche Materialien und schaffen so Raum für Individualität und gezielte Kundenansprache. Polarität erzeugt ein blaues Lila in Kombination mit einem Gelbgrün oder Silber. Bei den Materialien spielen Aluminium, Glasbausteine und raue Texturen eine Rolle. Entschleunigung bietet ein helles und fließendes Farbspektrum, das sich von einem abgeschwächten Korallton über ein weiches Hellblau bis hin zu einem verträumten Rosa bewegt. Materialien wie Holz, Stein und weitere organische Qualitäten spiegeln die anhaltende Sehnsucht nach der Nähe zur Natur wider. Für den Einzelhandel eröffnen die Trendrichtungen die Chance, vielseitige Trendinseln am POS zu schaffen, die sowohl Spannung als auch Ruhe vermitteln.

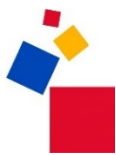
Darüber hinaus stachen unter den Ethical Style-Angeboten besonders innovative Ansätze hervor. Zum Beispiel Fairwerk mit hochwertigem Holz-Design made in Germany in Zusammenarbeit mit Werkstätten für Behinderte, Riema mit kuschelweichen Wohndecken aus 100 Prozent Biobaumwolle oder recycelter Baumwolle, Recozy, die aus alten Lebensmittelverpackungen Vasen im 3D-Druck erzeugen, chic.mic mit einem vollumfänglichen nachhaltigen Ansatz oder Airpag, die aus upgecycelten Autoairbags und Sicherheitsgurten nachhaltige Taschenunikate gestalten. Weitere nachhaltige Angebote sind unterjährig bei der [Online-Ausstellersuche](#) zu entdecken.

Gelebte Regionalität und Nachhaltigkeit: Über die Messezeit hinaus kommt der Pflanzenschmuck der Nordstil Winter-Edition zum Einsatz. Diesmal geht er an den Hamburger Musikkindergarten Finkenau, der damit seine Räumlichkeiten beleben und erfrischen kann.

Die nächste Nordstil Sommer findet vom 26. bis 28. Juli 2025 statt. Und die Nordstil Winter findet vom 10. bis 12. Januar 2026 statt.

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

Hashtags: #nordstil25 #nordstilmesse
Folgen Sie der Nordstil auf Instagram: www.instagram.com/nordstilmesse



Ihr Kontakt:

Katrin Westermeyr
Tel.: +49 69 75 75-6893
katrin.westermeyr@messefrankfurt.com

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

www.messefrankfurt.com

Hintergrundinformation Messe Frankfurt
www.messefrankfurt.com/hintergrundinformationen

Nachhaltigkeit bei der Messe Frankfurt
www.messefrankfurt.com/nachhaltigkeit-information

Hintergrundinformationen zu Conzoom Circle
conzoom-circle.messefrankfurt.com/information