

Entdecken. Ordern. Weihnachten kann kommen

Frankfurt am Main/Hamburg, 27. Juli 2026. In einem herausfordernden Marktumfeld nutzte der Handel die Nordstil Sommer, um Sortimente perfekt für die kommenden Saisons aufzustellen. Fachbesucher*innen fanden Neuheiten für Herbst, Winter und das Weihnachtsgeschäft sowie erste Highlights für Frühjahr und Sommer 2027. Gefragt waren vor allem nachhaltige und individuelle Ideen für einen Point of Sale, der Kund*innen überrascht, zum Kauf einlädt und vom Wettbewerb differenziert.



3, 2, 1 ... Weihnachten! In nur drei Tagen stellten Händler*innen auf der Nordstil Sommer die Weichen für das wichtigste Geschäft des Jahres.
Foto: Messe Frankfurt / Rolf Otzipka

Wer Sortimente individuell gestalten, Neuheiten entdecken und Geschäftspotenziale in entspannter, familiärer Atmosphäre ausloten wollte, war die letzten Tage in Hamburg richtig. Die Nordstil Sommer 2026 brachte vom 25. bis 27. Juli rund 500 Aussteller und deren Neuheiten mit 7.000 Einkäufer*innen¹ aus Deutschland, den Niederlanden und Skandinavien zusammen. Die Qualität der Gespräche und das Orderverhalten wurden von zahlreichen Ausstellern überwiegend positiv bewertet, auch wenn weniger Facheinkäufer*innen ihren Weg nach Hamburg fanden. „Gerade wenn sich Märkte verändern und unter Druck stehen, braucht der Handel verlässliche Partner, die Orientierung geben und die eigene Resilienz stärken. Die Nordstil bringt Menschen, Ideen, Produkte zusammen und schafft so die Grundlage für gute Sortimentsentscheidungen und erfolgreiche Geschäfte“, sagt Philipp Ferger, Bereichsleiter Consumer Goods Fairs, Messe Frankfurt.

Nach einer aktuellen Umfrage des Handelsverbands Deutschland unter 600 Unternehmen rechnen 65 Prozent der Befragten für 2026 mit Umsätzen unter Vorjahresniveau. 69

¹ Zahlen FKM geprüft Nordstil Sommer 2025: 542 Aussteller und 8.281 Besucher*innen.

Prozent berichten von rückläufigen Gewinnen – bei gleichzeitig steigenden Kosten für Beschäftigung, Energie und Wareneinkauf.²

Aus Sicht des Handels bleibt die Nordstil ein entscheidender Termin für die erfolgreiche Sortimentsplanung. „Die Situation im Einzelhandel ist im Sommer 2026 weiterhin angespannt, die anhaltenden Krisen dämpfen die Konsumlaune merklich. Umso wichtiger ist es für den Handel, die neuesten Trends zu kennen, um den Kunden attraktive Sortimente präsentieren zu können. Die Nordstil bietet ideale Voraussetzungen für das individuelle Trendscouting. Die kompakte, gut strukturierte Messe hilft dabei, aus der Vielzahl an Angeboten genau die Produkte herauszufiltern, die zum eigenen Geschäft passen. Gerade der Mix aus bekannten Marken, Newcomern und ergänzenden Produktgruppen wie Feinkost machen den Besuch der Nordstil für den Handel so wertvoll“, sagt Beate Schraml, Leiterin GPK Handelsverband Wohnen und Büro.

Die Konzentration auf den A-Teil des Hamburger Messegeländes erwies sich dabei als klarer Vorteil. Kurze Wege, eine übersichtliche Hallenstruktur und die konsequente Gliederung in die Themenwelten Wohnen & Dekorieren, Genießen & Verwöhnen, Schönes & Schenken sowie Lebensart & Lifestyle ermöglichten eine gezielte Order.

Einkäufer*innen schätzen das Besondere

In diesem Sommer waren vor allem Produkte mit authentischen Geschichten, hoher Qualität und einem erkennbaren Mehrwert für Endkund*innen gefragt. Nachhaltige Konzepte, individualisierbare Angebote und mehr als 80 Neuaussteller lieferten wertvolle Impulse für die Sortimentsgestaltung.

Isabell Ecks, Inhaberin des Hofladens „[Bestes vom Elbdeich](#)“ in Hamburg kommt seit Jahren auf die Nordstil, um das Besondere zu ordern und ihr Sortiment um personalisierbare Produkte zu ergänzen: „Mich interessiert, was sonst keiner hat. Dafür gibt es in Hamburg sehr viel Inspiration. Ich zeige meinen Kund*innen jede Woche etwas Neues und auf der Nordstil finde ich viele kreative Sachen, kleine Manufakturen und tolle Stände. Vor allem die Angebote rund um Genießen & Verwöhnen sind für mich interessant – das passt hervorragend.“

Dem schließt sich Elke Schönbach aus Bad Bergzabern an, die eine Buchhandlung mit Bio-Café und nachhaltigen Zusatzsortimenten verbindet. „Es ist wunderschön nach Hamburg auf die Nordstil zu kommen. Seit 2025 nutzen wir die Winter- und Sommermesse, denn hier finden wir zuverlässig Produkte, die es im Süden nicht gibt. Unsere Kund*innen lieben unsere Auswahl. Beispielsweise haben wir die heiße Bio-Schokolade von Dein Kakao sowie die nachhaltige Mode von Tranquillo erst in Hamburg entdeckt.“

„Ich kenne die Nordstil seit über zehn Jahren und finde die diesjährigen Guided Tours sehr hilfreich, denn sie bieten uns eine gute Vorselektion. Als Inhaberin einer christlichen Buchhandlung inklusive Weltladen sind Nachhaltigkeit und soziales Engagement für uns wichtige Auswahlkriterien“, ergänzt Heike Eberle, Geschäftsführerin des Christlichen Buchladens in Stade.

² Quelle: Handelsverband Deutschland, Unternehmensumfrage zur Halbjahres-Presskonferenz vom 14. Juli 2026.

Guided Tours als Entscheidungshilfe für den Handel

Die Guided Tours halfen Fachbesucher*innen dabei, neue Marken, nachhaltige Konzepte und verkaufsstarke Sortimente in kurzer Zeit kennenzulernen.

Nachhaltigkeitsexpertin Mimi Sewalski stellte auf ihren „Green Picks“-Touren ausgewählte Ethical Style-Aussteller vor und zeigte, wie nachhaltige Produkte erfolgreich ins Sortiment integriert werden. „Nachhaltigkeit ist längst kein Nischenthema mehr. Entscheidend ist heute, Produkte zu finden, die Verantwortung und Verkaufsstärke miteinander verbinden. Genau solche Konzepte haben wir auf der Nordstil entdeckt“, resümiert Mimi Sewalski.

Beim „Speed Dating mit den Highlights der Saison“ rückten ausgewählte Neuaussteller in den Fokus. Angelika Nistrath, Expertin für Zusatzsortimente und Präsentationskonzepte, gab zudem Tipps, wie sich neue Produkte aufmerksamkeitsstark am Point of Sale in Szene setzen lassen. „Überzeugende Einzelhandelssortimente setzen nicht auf Masse, sondern auf individuelle Auswahl und gekonnte Inszenierung. Beides beginnt idealerweise dort, wo Händler selbst Kunden sind: auf der Messe, in der persönlichen Begegnung mit den Ausstellern und ihren Produkten. Mit ihrem kompakten Angebot an attraktiven Kollektionen, kleinen, feinen Entdeckungen und inspirierenden Präsentationsbeispielen hat die Nordstil genau dies gerade wieder bewiesen“, sagt Angelika Nistrath.

Wie schenkfähige Lebensmittel und Delikatessen zusätzliche Frequenz schaffen können, zeigte Christoph Puff auf seiner kulinarischen Tour durch die Themenwelt Genießen & Verwöhnen. „Genussprodukte schaffen Anlässe, laden zum Entdecken ein und sorgen für Impulskäufe. Hamburg hat eindrucksvoll gezeigt, welches Potenzial in diesem Segment steckt“, ergänzt Christoph Puff, Managing Director von Puffs Brause.

Aussteller bestätigen: Gute Orders und intensive Gespräche

Zahlreiche Unternehmen berichteten von gut vorbereiteten Einkäufer*innen, intensiven Gesprächen und erfreulichen Orderergebnissen.

„Wir sind sehr zufrieden. Das war seit Jahren unser stärkster Messestart gemessen an den Orders. Unsere intensive Kommunikation zum neuen Standplatz hat sich mehr als bewährt. Die Einkäufer*innen waren sehr professionell, gut vorbereitet und schätzen die angenehm familiäre Atmosphäre. Auch viele Neukunden kamen durch den Umzug zu uns. Shops haben momentan zu kämpfen. Umso wichtiger ist es, dass sie bei uns nicht nur neue Kollektionen finden, sondern auch positive Energie tanken und Zeit für Gespräche haben. Das funktioniert auf der Nordstil Sommer und Winter sehr gut“, fasst es Philippa Ahlström, Geschäftsführerin von the moshi stellvertretend für viele Aussteller zusammen.

David Führer-Giora, Vertriebsleitung Pickmotion, hebt die gute Orderlaune hervor. „Die Händler, die kommen, haben Lust, Budget und brauchen neue Ware. Für neue Produkte sind Messen unglaublich wichtig und wir rechnen am Ende mit einer sehr guten Nordstil.“

Auch Neuaussteller Lovelab zieht ein positives Fazit. Das Unternehmen will mit einem neuen Konzept Diamantschmuck für eine jüngere Zielgruppe erschwinglich machen: „Wir sind glücklich, hier in Hamburg zu sein. Der erste Messetag lief für uns sehr gut. Besonders die Qualität der Besucher*innen ist uns positiv aufgefallen. Das nächste Mal sind wir wieder dabei und vergrößern unseren Stand“, sagt Alberto Saleh, Managing Director Lovelab.

Dass Messen auch ungeplante Geschäftschancen eröffnen, zeigte sich am Buddelhelden-Stand. Dort entstand spontan eine Zusammenarbeit zwischen Lexxxir und dem benachbarten Aussteller Confiserie: Gourmetperlen und Pralinen erwiesen sich als vielversprechende Kombination. „Solche Deals passieren nur auf Messen. Damit hat sich unser Auftritt gelohnt“, berichtet Kay Kaphingst von Lexxxir.

Die Möglichkeit zum direkten Austausch – ob auf den Guided Tours oder bei den „Nordstil Summer Vibes“ – wurde als zusätzlicher Mehrwert hervorgehoben.

Nächste Messetermine

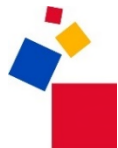
Die Nordstil Winter findet vom 9. bis 11. Januar 2027 auf dem A und B-Gelände statt – inklusive umfangreichem Rahmenprogramm mit Trendinseln, Nordstil Forum und Areal für Buddelhelden. Zum zweiten Mal ist außerdem der GenussGipfel am Start, der am 10. und 11. Januar 2027 in Halle B2 stattfindet. Der GenussGipfel bringt Anbieter, Handel und Gastronomie aus der Feinkostbranche zusammen und ergänzt das Angebot der Nordstil um eine hochwertige Plattform für Austausch, Inspiration und neue Geschäftskontakte. Gemeinsam bilden die Nordstil Winter und der GenussGipfel die größte Ordermesse zum Thema Genuss in Deutschland.

Hinweis für Journalisten:

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

Hashtags: #nordstil26 #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