



Düsseldorf, den 10. Januar 2025

Pressemitteilung

Noch wenige Wochen bis zum Ende der Anmeldefrist

Die TRENDS UP WEST 2025 bietet eine Themenvielfalt wie nie zuvor

Jetzt ist das neue Jahr da und die Vorbereitungen für die TRENDS UP WEST 2025 laufen auf Hochtouren. Für potenzielle Ausstellern bleiben nur noch wenige Tage, um sich für die Lifestyle-Show vom 28. bis 30. Juni 2025 anzumelden, denn die Frist endet am 31. Januar. Schon jetzt steht fest: Die Veranstaltung auf dem Areal Böhler in Düsseldorf wird so viele Themen und Aussteller bieten wie nie zuvor. Dementsprechend lautet das Motto der 7. TUW-Ausgabe auch: „The Next Level“

Die beiden Ausstellungshallen füllen sich immer weiter – ein klares Signal für die Attraktivität der Fröhsommer-Show in Düsseldorf. Mit aktuell 255 Ausstellern und 5.500 Quadratmetern verkaufter Fläche ist die TRENDS UP WEST 2025 auf dem besten Weg, ihr ambitioniertes Ziel von 300 Marken und 7.500 Quadratmetern Ausstellungsfläche zu erreichen.

Starker Fokus auf die Niederlande

Die TRENDS UP WEST ist mittlerweile fest in den Benelux-Ländern verankert. Das zeigt sich sowohl auf Besucher- als auch auf Ausstellerseite, denn die niederländische Beteiligung erreicht mit fast 30 Anmeldungen einen neuen Höchststand. Premiere und ein absolutes Highlight der 7. Edition wird der Gemeinschaftsstand „Dutch Tides“ sein, der die Bedeutung der TRENDS UP WEST als internationale Plattform unterstreicht. Mit dabei sind die Marken Ompak, Loopvis, Riverstones, Rotpot, By B+K und Koda Amsterdam. „Dementsprechend

werden wir auch beim Besuchermarketing in Benelux noch eine Schippe drauflegen“, verspricht TUW-Projektleiter Christian Kasch.

Soziale Verantwortung

Auch in diesem Jahr fördern das Areal Böhler und die TRENDS UP WEST gemeinsam soziale Projekte. Vier ausstellende Unternehmen – FAIRWERK // Inntal-Werkstätten; Freckenhorster Werkstätten GmbH; Herforder Werkstätten GmbH; Lebenshilfe Gießen e.V.; W8ZIG – Die Glaswerkstatt –, die Menschen mit Handicap beschäftigen, profitieren deshalb von einem Nachlass auf die Standmiete. „Diese Initiative setzt ein wichtiges Zeichen, um soziale Verantwortung in unserer Branche sichtbarer zu machen. Wir sind sehr froh, dass wir unseren Teil dazu beitragen und immer mehr Unternehmen mit sozialer Ausrichtung zu unseren Ausstellern zählen können“, erklärt Christian Kasch.

Networking für Handelsagenturen

Zur Community der TUW gehören auch die zahlreichen Handelsagenturen in Deutschland, sodass das Networking zur Anbahnung neuer Geschäftsbeziehungen ein zusätzlicher Erfolgsfaktor der TRENDS UP WEST ist. Aussteller, die noch auf der Suche nach einer Vertretung sind, können eine „Agency Wanted“-Kennung an ihrem Stand anbringen lassen. So erhalten Handelsagenturen, die als Besucher kommen, einen schnellen Überblick, um mit den entsprechenden Marken in Kontakt zu treten. Darüber hinaus können Aussteller einen kostenlosen Sucheintrag im Agenturportal der Centralvereinigung Deutscher Wirtschaftsverbände für Handelsvermittlung und Vertrieb (CDH) nutzen, um ihre Agentursuche auch nach der Veranstaltung fortzusetzen.

Immer mehr Newcomer auf dem Messeparkett

Das Newcomer-Programm entwickelt sich weiterhin sehr dynamisch. Die TRENDS UP WEST bietet Start-ups und kleinen Marken die Möglichkeit, sich auf einer Mindestgröße von 10 Quadratmetern zu präsentieren – in diesem Jahr machen gleich 30 Unternehmen von dieser Möglichkeit Gebrauch, was die Vielfalt der Veranstaltung weiter erhöht. Im zweiten Jahr der Teilnahme muss sich die Größe dann der Standardgröße von 20 Quadratmetern annähern, was die meisten der letztjährigen Erstteilnehmer auch getan haben. Christian Kasch: „Das Programm zeigt, dass die TRENDS UP WEST ein Inkubator für die Unternehmen der Zukunft ist und damit zur Erneuerung der Konsumgüterbranche beiträgt.“

Das Leistungspaket 2025

Die Lifestyleshow wird ihre erfolgreichen Themenwelten „Home, Deco & Fashion“, „Gift & Paper“, „Cook, Eat & Drink“ sowie „Outdoor & Living“ weiterentwickeln. Der Samstag bleibt ein Highlight, an dem Aussteller und ihre Handelspartner bis in den Abend hineinfeiern können. Das Preisniveau wird trotz gestiegener Nebenkosten beibehalten: Aussteller können Besucher-Codes für Eintrittskarten zum Preis von 10 Euro erwerben, ansonsten bleibt der reguläre Eintrittspreis bei 20 Euro. Zudem gibt es bei verschiedenen Partnerhotels on-top noch einmal 10 Prozent Rabatt. Zum Leistungspaket gehört auch ein kostenloses Premium-Catering vom Frühstück über ein reichhaltiges Mittagessen bis hin zu Kaffee und Kuchen und – hoffentlich passend zu den fröhlichen Temperaturen – Frozen Joghurt.

Einladung an die TUW-Community

„Die TRENDS UP WEST ist mehr als nur eine B2B-Veranstaltung – sie ist ein Event mit Esprit und Charme, getragen von einer wachsenden Community. Wir laden alle Akteure dazu ein,

die TRENDS UP WEST gemeinsam zu einem Erfolg zu machen“, sagt Willo Blome (blomus), der die TRENDS UP WEST zusammen mit Florian Burghard (sompex) und Marco Hübecker (fleur ami) veranstaltet.

Rückblick 2024 und Infos

Mit 240 Marken und über 3.000 Fachbesuchern erzielte die TRENDS UP WEST Ende Juni 2024 ein sehr gutes Ergebnis. 80 Prozent der Besucher bewerteten die Veranstaltung als „interessant“ oder „sehr interessant“. Weitere Informationen gibt es auf der offiziellen Website der TRENDS UP WEST: <https://trendsupwest.com>