

Pressemitteilung

Juni 2020

## Christmasworld-Trend „happy get-together“ beim Blumenlädchen Morles in Nüsttal

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

**Der Christmasworld Trend „happy get-together“ bekommt aktuell eine noch viel stärkere Bedeutung. Denn in Zeiten von „Social Distancing“ erfährt Geselligkeit eine neue Wertschätzung. Auch der lokale Einzelhandel setzt auf kreative Lösungen, um mit seinen Kunden in Kontakt zu bleiben. Ob im privaten oder beruflichen Bereich, off- oder online – der persönliche Austausch ist entscheidend. Für Karolin Roßdeutsch vom Blumenlädchen Morles Gärtnerei & Floristik in Nüsttal bei Fulda, war schnell klar, dass dieser Trend ihre Kunden erfreuen soll.**



Happy get-together heißt es jetzt beim Blumenlädchen Morles und lädt die Kunden zur Gartenparty ein – v.l.n.r.: Julia Nawra und Simone Maurer (Expertinnen für Visuelles Marketing und Dekoration bei Juni Visuelles Marketing), Inhaber Elmar Fleck und Tochter Karolin Roßdeutsch vom Blumenlädchen Morles. Foto: Messe Frankfurt Exhibition GmbH / Sandra Krefß, Krefß und Komplizen

Die 29-jährige gelernte Floristin wird zukünftig das sechs-köpfige Team von Vater und Inhaber Elmar Fleck übernehmen. Sie hat im Januar die Christmasworld in Frankfurt am Main besucht und die professionelle POS-Gestaltung gewonnen, die in Kooperation mit den Fachzeitschriften „florieren!“ und „Dega Grüner Markt“ zum sechsten Mal verlost wurde. Im Auftrag der Christmasworld gingen die Visual Merchandising Expertinnen Julia Nawra und Simone Maurer am 27. Mai 2020 ans Werk, um den Christmasworld Trend „happy get-together“ in ihrem Blumenlädchen Morles aufmerksamkeitsstark in Szene zu setzen.

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

Das ländlich gelegene Geschäft konnte sich am besten mit „happy get-together“ identifizieren“, da es zu vielen Kunden ein sehr familiäres, freundschaftliches Verhältnis hat. Außerdem passt diese Farbkombination besonders gut zum Geschäfts-Stil sowie Kunden-Geschmack. „Nach der Lockdown-Phase ist es an der Zeit, reale Zusammenkünfte wieder mehr zu genießen und die Freude daran mit frühlinghaft-sommerlichen Dekorationen zum Ausdruck zu bringen. Der Trend wirkt fröhlich, leicht, belebend – so macht er Mut für alles, was noch kommt“, sagt Karolin Roßdeutsch. Anders als gedacht, sind sie bisher gut durch die Corona-Krise gekommen: Die Gärtnerei blieb durchweg geöffnet, während der Blumenladen zeitweise geschlossen wurde, Ostern und Muttertag liefen überragend. Somit sind sie mit dem Frühjahrgeschäft sehr zufrieden. Die Kundschaft hat die alternativen Kommunikations-Kanäle sowie den angebotenen Abhol- und Lieferservice sehr gut und dankbar angenommen. Die Aufträge liefen per Telefon, Mail, WhatsApp sowie über eine regionale App über Instagram und Facebook.

**„happy get-together“ sommerlich interpretiert**

Insgesamt wurde der Christmasworld-Trend als fröhliche Gartenparty präsentiert – eine unbeschwerte, heitere Zusammenkunft. „Gerade nach der Erfahrung von sozialer Isolation ein hochaktuelles Thema. Die Freude an kleinen Dingen, die Bedeutung von Familie, Freunden, die Bereitschaft sich gegenseitig zu unterstützen und zu teilen ist größer denn je. Entgegen der Globalisierung und des Konsumgedankens findet ein Rückzug statt, in dem Nachhaltigkeit, Achtsamkeit, der Bezug zur Natur wichtiger werden, das lässt sich sehr gut mit diesem Trend transportieren“, ergänzt Design-Expertin Julia Nawra von Juni Visuelles Marketing.



Christmasworld - Seasonal Decoration at its best

Das Team Juni Visuelles Marketing hat am 27. Mai 2020 eine farbenfrohe Variante des Christmasworld Trends „happy get-together“ beim Blumenlädchen Morles umgesetzt. Foto: Messe Frankfurt Exhibition GmbH / Julia Nawra – Juni Visuelles Marketing und Sandra Krefß, Krefß und Komplizen

Internationale Frankfurter Messe für saisonale Dekoration und Festschmuck Frankfurt am Main, 29.1.-2.2.2021

Natürliche Materialien wie Holz, Korb, Jute, Bast spielen eine große Rolle, in handwerklicher Manier werden diese geflochten, gewickelt, gebunden.

Die Thematik des gedeckten Tisches findet sich in Form der Gläser, Kerzen, Vasen und Keramik mit ungewöhnlichen, strukturierten oder gesprenkelten Oberflächen wieder. Zusätzlich deuten Lichterketten, Windlichter, Papiergirlanden, Pompons auf die Gartenparty hin. Passendes Geschenkpapier, Servietten, Bastteppiche, Jutekordeln zum Umwickeln sowie Reifen, um Kränze zu binden, runden das festliche Szenario ab.



Gräser, Strohblumen und Hortensien in zarten Farben beleben den gedeckten Tisch.  
Foto: Messe Frankfurt Exhibition GmbH / Sandra Kreß, Kreß und Komplizen

Im Farbspiel wurde die hellere Variante des Christmasworld-Trends umgesetzt – mit frischen, spritzigen Tönen, akzentweise ergänzt um das dunklere Gelb und Grün aus der zweiten Variante. Der Trend wurde so an die sommerliche Jahreszeit adaptiert. Passende Schnittblumen wie Margeriten, Bartnelken, Rosen, Celosia und Sommerpflanzen hat das Blumenlädchen Morles beigesteuert. Dazu zählen unter anderem Eukalyptus, Hortensien, Calla, Rosen, Schleierkraut, Dahlien, Craspedia, Gräser, Strohblumen, Getreide.

„Mir war es wichtig, den Trend positiv, unbeschwert und heiter zu interpretieren. Farbenfroh, mit filigranem Blumenmuster und mit unkomplizierten, heiteren Objekten“, sagt Nawra.

### **Fokus der Warenpräsentation**

Die Umsetzung erfolgte im vorderen Bereich des Ladens, der geradezu prädestiniert ist für Sonder- und Trendthemen sowie Anlasspräsentationen. Hier fanden die Expertinnen ideale Bedingungen zur Entfaltung ihrer Kreativität vor – zur Inszenierung nutzen sie beispielsweise die Holz-Paneele an der Rückwand und von der Holzdecke konnten sie problemlos mit Schraubhaken Abhängungen vornehmen.

Christmasworld - Seasonal Decoration at its best  
Internationale Frankfurter Messe für saisonale Dekoration und Festschmuck  
Frankfurt am Main, 29.1.-2.2.2021





Das Kreativteam von Juni Visuelles Marketing arbeitet Hand in Hand. Foto: Messe Frankfurt Exhibition GmbH / Sandra Krefß, Krefß und Komplizen

Als Vorgeschmack wurde außerdem der Außenbereich mit zwei Fenstern rechts neben der Eingangstür bespielt. Der Kunde bekommt so schon von außen einen ersten Eindruck, wird auf das Trendthema aufmerksam gemacht und findet in unmittelbarem Eingangsbereich die Thematik mit entsprechenden Produkten wieder. Einheitliches, im Laden vorhandenes Mobiliar konnte auf beiden Flächen verwendet werden. Speziell für die Aktion angefertigt wurden Banner, Einladungs-Postkarten und Folienplots für die Schaufenster-Beklebung mit graphischen Motiven aus dem Trend.

### **Abwechslungsreiche Flächengestaltung beim Blumenlädchen**

Wenn das Blumenlädchen Morles die Christmasworld in Frankfurt besucht, steuert es zunächst das Trendareal an. „Wir sind immer auf der Suche nach neuen Ideen für die Sortimentszusammenstellung, dabei ist das Trendareal sehr hilfreich für uns“, sagt Karolin Roßdeutsch, die bei der Flächengestaltung im Laden auf ein abwechslungsreiches Einkaufserlebnis Wert legt. „Wir räumen regelmäßig unsere Verkaufsfläche um, bestücken mit neuer Ware, damit es für die Kunden immer etwas Neues zu entdecken gibt. Farblich gut aufeinander abgestimmte Bereiche, Geschenkartikel und Secco runden das Sortiment ab. Dass wir diese professionelle Gestaltung gewonnen haben, ist für uns das i-Tüpfelchen und motiviert uns noch mehr, unsere Kunden mit außergewöhnlichen Aktionen und Gestaltungen zu begeistern“, sagt Roßdeutsch.

Christmasworld - Seasonal Decoration at its best  
Internationale Frankfurter Messe für saisonale Dekoration und Festschmuck  
Frankfurt am Main, 29.1.-2.2.2021



Das Familienunternehmen rund um Inhaber Elmar Fleck vom Blumenlädchen Morles freut sich auf die Neugier ihrer Kunden, die sie im Vorfeld über Facebook und Instagram informiert haben. Foto: Messe Frankfurt Exhibition GmbH / Sandra Kreß

Vater Elmar Fleck gründete 1984 die Gärtnerei mit Blumenladen in Hofbieber-Niederbieber. 1993 wurde das Blumenlädchen in Morles eröffnet. 1998 erfolgte der Umzug in "Alte Tankstelle" Morles, 2006 der Neubau des Blumengeschäftes mit Verkaufsgewächshaus in neuem Gewerbegebiet in Morles. Das Grundstück erstreckt sich über 2.000 Quadratmeter, die Ladenfläche ist 80 Quadratmeter groß, das Verkaufsgewächshaus mit Außenfläche 1.500 Quadratmeter. Derzeit beschäftigen sie sechs Mitarbeiter (Voll-/Teilzeit) plus Inhaber und betreiben als zweites Unternehmen eine Garten- & Anlagenpflege.

Die nächste Christmasworld 2021 findet vom 29.1.-2.2. statt.

#### **Hinweis für Journalisten:**

Weitere Informationen finden Sie unter:  
[christmasworld.messefrankfurt.com](http://christmasworld.messefrankfurt.com)

#### **Presseinformationen & Bildmaterial:**

[christmasworld.messefrankfurt.com/presse](http://christmasworld.messefrankfurt.com/presse)

#### **Ins Netz gegangen:**

[www.facebook.com/christmasworld](http://www.facebook.com/christmasworld)

#### **Christmasworld: Seasonal Decoration at its best**

Die Christmasworld fokussiert die umsatzstärkste und emotionalste Zeit des Jahres und spielt den Erfolgsfaktor Erlebnis am „Point of Sale“ wie keine andere Konsumgüterfachmesse aus. Damit ist sie der weltweit wichtigste Order-Termin für die internationale Deko- und Festschmuckbranche. Sie zeigt jährlich in Frankfurt die neuesten Produkte und Trends für Weihnachten sowie alle weiteren festlichen Anlässe. Zusätzlich liefert sie innovative Konzeptideen für die Dekoration von Groß- und Außenflächen für den Groß- und Einzelhandel, Shoppingcenter und Innenstädte. Die Christmasworld wartet mit der gesamten Bandbreite an Dekorations- und Festschmuckartikeln auf. Zusätzlich bietet das Rahmenprogramm mit Trendareal, Sonderpräsentationen, Fachvorträgen und Workshops

Christmasworld - Seasonal Decoration at its best  
 Internationale Frankfurter Messe für saisonale Dekoration und Festschmuck  
 Frankfurt am Main, 29.1.-2.2.2021

wertvolle Inspiration für den „Point of Sale“. 2020 begrüßte sie 1.091 Aussteller aus 50 Ländern und 43.945 Besucher aus 128 Ländern.

Weitere Informationen: [christmasworld.messefrankfurt.com](http://christmasworld.messefrankfurt.com)

### **Conzoom Solutions – die Plattform für den Handel**

Die Wissensplattform Conzoom Solutions bietet dem Konsumgüterhandel ein vielfältiges Angebot wie Studien, Trendvorstellungen, Workshops und Anleitungen für den Point of Sale. Sie gibt einen Komplettüberblick über das internationale Portfolio der Messe Frankfurt im Konsumgüterbereich und stellt dort gebündelt Informationen für den Handel zusammen.

[www.conzoom.solutions](http://www.conzoom.solutions)

### **Hintergrundinformation Messe Frankfurt**

Messe Frankfurt ist der weltweit größte Messe-, Kongress- und Eventveranstalter mit eigenem Gelände. Mehr als 2.600\* Mitarbeiter an 30 Standorten erwirtschaften einen Jahresumsatz von rund 733\* Millionen Euro. Wir sind eng mit unseren Branchen vernetzt. Die Geschäftsinteressen unserer Kunden unterstützen wir effizient im Rahmen unserer Geschäftsfelder „Fairs & Events“, „Locations“ und „Services“. Ein wesentliches Alleinstellungsmerkmal der Unternehmensgruppe ist das globale Vertriebsnetz, das engmaschig alle Weltregionen abdeckt. Unser umfassendes Dienstleistungsangebot – onsite und online – gewährleistet Kunden weltweit eine gleichbleibend hohe Qualität und Flexibilität bei der Planung, Organisation und Durchführung ihrer Veranstaltung. Die Servicepalette reicht dabei von der Geländevermietung über Messebau und Marketingdienstleistungen bis hin zu Personaldienstleistungen und Gastronomie. Hauptsitz des Unternehmens ist Frankfurt am Main. Anteilseigner sind die Stadt Frankfurt mit 60 Prozent und das Land Hessen mit 40 Prozent.

Weitere Informationen: [www.messefrankfurt.com](http://www.messefrankfurt.com)

\* vorläufige Kennzahlen 2019

Christmasworld - Seasonal Decoration at its best  
Internationale Frankfurter Messe für saisonale Dekoration und Festschmuck  
Frankfurt am Main, 29.1.-2.2.2021