

## Presse

**early bird Hamburger Lifestylemesse  
(Fachmesse)  
Hamburg, 30. Juli bis 1. August 2011  
In den Hallen der  
Hamburg Messe und Congress GmbH  
Messeplatz 1, 20357 Hamburg  
Öffnungszeiten: 9.00 bis 18.00 Uhr**

Kontakt:  
Sigrid Brauer  
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit  
Parkstraße 2b, 22605 Hamburg  
Tel. +49 40 58 95 57 76  
Fax +49 40 47 19 54 80  
Mail: [info@brauerpr.de](mailto:info@brauerpr.de)  
Web: [www.brauerpr.de](http://www.brauerpr.de)

### **Gutes Ergebnis für die early bird: Knapp fünf Prozent mehr Besucher**

Insgesamt 15.644 Fachhändler und gewerbliche Endverbraucher bzw. 7.888 Firmen besuchten die Hamburger Lifestylemesse vom 31. Juli bis 2. August 2011. Messeleiter Volker König: „Das ist ein gutes Ergebnis, da wir im Vergleich zum Sommer 2010 ein Plus von 4,4 Prozent (7.562 Firmen im Sommer 2010) bzw. 6,28 Prozent (13.763 Einzelbesucher im Sommer 2010) erzielen konnten. Mit diesen Zahlen nähern wir uns dem Ergebnis der Messen im Januar an, die traditionell immer die besser besuchten Messen waren.“

Auch mit der Anzahl der Aussteller zeigte sich der Veranstalter sehr zufrieden: 908 Aussteller präsentierten ihre Herbst- und Winterkollektionen. Vertreten waren die Branchen „Wohnen + Dekorieren“, „Innovation + Design“, „Floristik + Garten“, „Kochen + Genießen“, „Saison + Geschenke“, „Papeterie + Büro“, „Spielen + Basteln“, „Schmuck + Uhren“, „Accessoires + Mode“ sowie „Parfümerie + Wellness“.

### **Rahmenprogramm**

#### **early bird-Seminare**

Mit durchschnittlich 250 Besuchern pro Veranstaltung (jeweils zwei Veranstaltungen am Samstag und Sonntag) waren die Seminare von Silvia Leins-Bender wie auch schon auf den letzten Messen ein großer Erfolg. Im Mittelpunkt stand das Thema „erfolgreiche Wareninszenierung – best practice-Beispiele“. Beispiele aus unterschiedlichen Einzelhandelsgeschäften dienten als Ideen-Pool.

#### **Trendshow**

Die Themen HandMade, GrünLand, EthnoChic und EisZeit standen im Fokus der earlybird-Trendshow. Unikate beziehungsweise Produkte mit Unikat-Charakter bildeten die Themenwelt „**HandMade**“. Da sie Echtheit und Beständigkeit in einer allzu schnelllebigen Welt vermitteln, stehen sie hoch im Kurs.

Die Themenwelt „**GrünLand**“ griff den Slogan „Green is beautiful“ auf. Ein Motto, das uns schon in den siebziger und achtziger Jahren begleitete. Doch anders als damals steht heute eine Kombination aus Ethik und Ästhetik im Vordergrund. Schicke Taschen aus recycelten Materialien, solarbetriebene Radios oder Übertöpfe aus Walnüssen – nachhaltiges Denken bestimmt unseren gesamten Alltag.

„**Ethno-Chic**“ prägt unsere Kleidung, die Accessoires, mit denen wir uns umgeben und vor allem unseren Schmuck: Perlenstickereien, grobe Flechtbänder und breite Armreifen sorgen für Aufmerksamkeit.

In der Themenwelt „**EisZeit**“ strahlten winterlich-frostige Eiswelten eine faszinierende Schönheit aus. Kühle Farben, zarte Ornamente und die Farben Weiß, Platin, Grau und Blau standen im Vordergrund.

### **Design-Insel + Design-Land**

Schmuck, Taschen, Bettwäsche, Accessoires aus Beton, maritime Kostbarkeiten, feinste Papeterie – all diese Dinge konnte man auf der Design-Insel entdecken, auf der 46 Gestalterinnen und Gestalter ihre neuen Kollektionen präsentierten. Das neu geschaffene Design-Land war Präsentationsfläche für bereits etablierte Designlabel und –Unternehmen.

## **Produktrends**

### **Wohnen + Dekorieren**

Klar im Trend liegt das Thema „Ethno“ mit einem wilden Mix von Farben und Mustern. Diese Themenwelt strahlt Optimismus und Lebenslust aus. Kissen, Lampenschirme, Decken und Accessoires können gar nicht bunt genug aussehen. Einen Schwerpunkt bilden aber auch Produkte im Cowboylook. Die Küchenschürzen des Hamburger Labels „Die Hausfreunde“ präsentieren sich beispielsweise mit Patronengürtel und Revolver. Auch in der Mode steht der Wilde Westen hoch im Kurs: Karo-Hemden, Fransenjacken und spitze Stiefel sind beliebte Musthaves in der Herbst- und Wintersaison.

Nach wie vor beliebt sind auch Produkte im Handmade-Style. Dafür stehen etwa das Salatbesteck „Back to the roots“ mit Griffen aus echten Ästen (donkey products) oder „Back Dir Deine Welt“, das geografische Ausstechformen anbietet.

### **Papeterie + Büro**

Opulente Paisley-Muster oder mit Goldfolie bedruckte Ornament-Serien verzieren Geschenktüten, aber auch Ordner und Hefter. Phantasievolle Adventskalender in Form von Tüten, kleinen Dörfern aus Pappe oder in Pyramidenform verkürzen das Warten auf das Christkind. Nach wie vor im Trend: humorvolle Produkte wie etwa das „verrückte Lorient-Legespiel“ von Inkognito und multifunktionale Alltagshelfer.

### **Schmuck + Accessoires**

Natürliche Farben und Materialien wie Muschelstäbchen, Holz oder Koralle liegen ebenso im Trend wie die 50er- oder 60er Jahre, die mit Ringen mit großen Steinen, Broschen, aber auch langen Ketten mit Anhängern auf sich aufmerksam machen.

Das absolute Gegenteil ist der Glamour-Trend: Federn, Quasten, Perlen und glitzernd facettierte Halbedelsteine lassen den 20er-Jahre-Look aufleben und sorgen für eine feminine Linie.

### **Parfümerie + Wellness**

Immer vielfältiger werden die Zutaten für Pflegeprodukte: Kakao- und Sheabutter, Alpenmilchpulver oder Spezialmischungen aus Hafer, Milch und Honig bilden die Basis für Seifen, Duschlotionen oder Badezusätze. Auch Duftkerzen oder -stäbchen stehen auf der Beliebtheitskala ganz vorn: Im Trend liegen exotische, aber auch spritzige und frische Aromen von Beeren, Mandarinen und Aprikosen.