

Internationale Pflanzenmesse IPM ESSEN 2016

Future starts now – be part of it!



Die Zukunft startet jetzt. Auf der IPM ESSEN präsentiert sich das Inspirationsareal des Fachverband Deutscher Floristen wieder als ein Ort des kreativen Austauschs, der Kommunikation und der Inspiration. Im Mittelpunkt stehen die Themen Zukunft, Vision und Innovation. Dafür steht auch das neue Standkonzept des FDF in Green City, das sich klar strukturiert den relevanten Themen im Blumeneinzelhandel widmet. Botschaften und kreative Anregungen werden in einzelnen Units vermittelt. Es werden darin komplexe Themen gezeigt und für die Fachbesucher nachvollziehbar präsentiert. Das Areal umfasst Units zu den Themen FDF Education, FDF Projekts .16, FDF Partner, FDF Future Lab und FDF Cloud. Die Units bieten Informationen, blumige Inspirationen und neue Ideen für die erfolgreiche Positionierung des Blumenfachgeschäfts. Sie stellen zukunftsorientierte Strategien für den Einzelhandel vor und regen zu einem aktiven Austausch und zur Reflektion ein. Besuchern des FDF-FloristEvent Centers auf der IPM ESSEN in Halle 1A, Green City ist damit ein inspirierendes Programm aus Ausstellungen und Beiträgen garantiert, das in Kombination mit dem Bühnenshows diese IPM zu einem absoluten Hotspot für Floristen aus dem In- und Ausland macht.

Fachverband Deutscher Floristen und Blumenbüro Just chrys 2016 - Showroom zeigt neue Kollektion

Was die Bread and Butter für die Mode ist, ist der just chrys Showroom beim FDF für die Chrysantheme. In dem weitläufigen Inspirationsareal stellen FDF und Blumenbüro erstmals die neue just chrys Kollektion für die Fachwelt vor. Besucher der IPM ESSEN erleben neue, effektvolle Design-Ideen mit dem Multitalent Chrysantheme – inszeniert in verschiedenen Trendatmosphären und unterschiedlichen Lebenswelten. Die Chrysantheme zeigt sich als wandelbarer Blüten-Star mit großer Ausdruckskraft und hoher Präsenz. Die just chrys Kollektion 2016 präsentiert originelle Designs im aktuellen Verbrauchertrend „do it yourself“, stellt florale Accessoires für den „fashion“-Bereich vor, und zeigt last but not least starke Eyecatcher für das Top-Thema „Kochen, Küche und Kräuter“. Alle Kollektionsbereiche setzen wertvolle Impulse für die Inszenierung und Vermarktung von Blumen. Die Präsentation setzt sowohl auf jahreszeitliche Design-Ideen, die sich am aktuellen Blütenkalender just chrys 2016 orientieren, sowie sie zeitgeistige blumige Stimmungsbilder in neuer perspektivischer Darstellung zeigt. Im Mittelpunkt stehen überraschende und einzigartige Kombinationen mit Chrysanthenen und anderen Werkstoffen, die das blumige Multitalent in seiner gesamten Vielfältigkeit, Farbenkraft und in seinem Formenreichtum präsentieren. Die innovativen Blüten-Designs sprechen moderne Performer und junge Zielgruppen an. Die Kampagne ist Teil der neuen Marketingstrategie des FDF, die gezielt junge Konsumentengruppen für den Fachhandel erschließt.

FDF-Trend-Hotspot 2016: Florales für Trendsetter

Die aktuellen Flowertrends 2016 präsentiert der Fachverband Deutscher Floristen erstmals in seinem Event Center auf der IPM ESSEN. Der FDF-Trend-Hotspot zeigt Inszenierungen in den Trendatmosphären „connect the story“, „more is more“, „reconsider space“ und „the world beyond“, die Blumenbüro als die starken Konsumententrends im Jahr 2016 ermittelt hat. Zu

allen vier Themen werden neue Floristik-Ideen gezeigt, die konsumenten- und trendorientiert Verbraucher erreichen. Sie harmonisieren mit aktuellen Trends in fashion und Interieur sowie sie Lebensgefühl und Produktansprüche moderner Kunden bedienen. Im Fokus steht dabei der Individualistic Performer. Diese Kunden schätzen Blumen und Pflanzen, sie fühlen sich jedoch vielfach von den klassischen Produktinszenierungen und Strategien des Blumenfachhandels zu wenig angesprochen. Stattdessen setzen sie auf Nachhaltigkeit und Transparenz. Sie sind interessiert an der Herkunft von Produkten und einem entsprechenden „story-telling“ sowie sie sich eine ansprechende zeitgeistige Präsentation und Darstellung von Blumen und Pflanzen wünschen. Für diese starken Zielgruppen bietet der FDF Lösungen und neue Inszenierungsideen. Der FDF-Trend-Hot-Spot regt Floristen zu neuen floralen Produktansprachen und ausgefallenen Inszenierungen an, er bietet ein „story-telling“ rund um die Blume, informiert über die aktuellen Trendatmosphären des Blumenbüro und vermittelt Hintergründe zu Lebensgefühl und Einkaufsgewohnheiten der Individualistic Performer. Diese Insights und die neuen blumigen Design-Trends der BBH/FDF-Kollektion 2016 bieten eine wertvolle Orientierung für den Blumenfachhandel und lassen sich zeitgerecht und kundenorientiert im Einzelhandel darstellen.

FDF-Future Lab: Handelswege, Sortimente & Marktentwicklungen in der Floristik

Diese Plattform ist neu auf der IPM. Auf einer exponierten Ausstellungsfläche präsentieren der FDF und Partner zukünftige Entwicklungen im Markt. Mit Blick auf die Millennials, jene Generation Y, die im Zeitraum von etwa 1971 bis 1997 geboren sind – also von 1990 bis 2010 zu den Teenagern zählten-, werden neue Vermarktungswege grüner Produkte erfahrbar gemacht, innovative Online-Foren vorgestellt und zukunftsorientierte Handelsstrategien der Marktpartner aufgezeigt. Dabei wird weniger auf die gestaltete Blume gesetzt, sondern es wird die Geschichte hinter und um die Blume heute und in der Zukunft erzählt. Informationen, Infotainment und neue Ideen für die Darstellung und Vermarktung von grünen Produkten stehen im Vordergrund des Floristik-Future-Labs, das sich mit einem innovativen Ausstellungskonzept präsentiert. Der große Bereich des „Story-Telling“ wird darin als wichtiges Marketing-Tool für den erfolgreichen Verkauf grüner Produkte auf vielfältige Weise mit Leben erfüllt. Ein Zugewinn mit interessanten Inhalten rund um das grüne Produktspektrum, den Handel und die Vermarktung. Dieser inspirierende Showroom lädt zum Nachdenken und zum Gedankenaustausch ein, er präsentiert Konzepte und eröffnet neue Perspektiven für eine erfolgreiche Fachhandelszukunft in der Branche.

Europäische Floral-Trends auf Basis der efsa-Styling-Ideen

Die digitale Welt mit ihren komplexen Anforderungen beansprucht die Menschen emotional und intellektuell immer mehr. Wir verspüren deshalb zunehmend das Bedürfnis nach Individualität und setzen Kontraste zur Hightech-Welt, die uns umgibt. Viele Konsumenten suchen die Nähe zur Natur, andere inszenieren ihr Interieur besonders romantisch, gemütlich oder auch mit exotischen Accessoires. Diese Haltung prägt aktuelle Konsumententrends. Die European floral lifestyle products suppliers association efsa interpretiert diese Verbrauchertrends und überträgt sie in Trendexpertisen für Hersteller und Zulieferer von floralem Bedarf. Das FDF-Kreativ-Team zeigt in Abstimmung dazu florale Inspirationen, die sich an diesen Verbrauchertrends orientieren und sie florale Gestaltung übertragen.

Red Naomi – Beam me up!

Eine Premiere beim FDF auf der IPM ESSEN 2016. Der Beam me up Booth lässt Messebesucher in einem 360° Panorama-Schirm Vision und Informationen über die Rose Red Naomi erleben. Direkt im Entree steht dieses neuartige Messe-Highlight, das Fachbesucher in die Welt der Red Naomis visuell und akustisch eintauchen lässt.

Wieder dabei: Blumengroßmärkte zu Gast beim FDF

Ich bin von hier! Blumen und Pflanzen aus der Region. Die erfolgreiche Kampagne wird fortgeführt und von der Vereinigung Deutscher Blumengroßmärkte wieder beim FDF auf der IPM ESSEN präsentiert. An ihrem Gemeinschaftsstand informieren die Deutschen Blumengroßmärkte über ihre Sortimente und die Standortvorteile der Region.

Meeting-Point: FDF-Shop und Mitgliederberatung

Floristen treffen sich beim FDF. Der FDF-Shop und die FDF-Mitgliedsberatung sind etablierte Anlaufstellen für Floristen im FDF-FloristEvent Center auf der IPM ESSEN. Hier gibt es Informationen rund um das Rahmenprogramm, man trifft Kollegen und erfährt alles über neue Trends und Events in der Branche. Im Shop werden zudem die aktuellen Werbemittel des Verbands vorgestellt. Das breite Leistungsspektrum der FDF-Community präsentieren die Vertreter aus den FDF-Landesverbänden am Stand der Mitgliedsberatung.

Das FDF-Trainings- und Educationprogramm ist ein zentrales Angebot des Verbands. Jedes Jahr präsentiert der FDF ein aktuelles Handbuch mit einem breiten Spektrum an Lehrgängen und Seminaren für die floristische Praxis. Informationen zu den neuen Ausbildungsangeboten gibt es am Stand FDF-Ausbildung.

Kreativ-Akademie : FDF-Floristmeisterschule Gelsenkirchen

Die Floristmeisterschule Gelsenkirchen unter Leitung von Meisterausbilderin Ursula Wegener zählt zu den renommiertesten Fortbildungseinrichtungen dieser Branche. Mit blumigen Werkstücken, die den Stil der FDF-Meisterschule repräsentieren, stellt sich die FDF-Meisterschule auf der IPM ESSEN vor. Schulleiterin Ursula Wegener ist als Ansprechpartnerin vor Ort. Meisterschüler und Ehemalige begleiten die Präsentation und stehen für alle Fragen rund um die Fortbildung zur Verfügung.

FlorAdventures wieder beim FDF

Das Projekt „FlorAdventure“ wurde 2012 vom Fotografen Jörg Manegold und der Floristmeisterin und DMF-Dritten Victoria Salomon ins Leben gerufen. Mit FlorAdventures zeigt das kreative Duo die Strahlkraft der gestalteten Blume in atemberaubenden Inszenierungen. Blumige Designs werden für internationale Hotspots gestaltet und in starken Fotografien und Filmsequenzen festgehalten. Berühmte Naturereignisse dienen ebenso als Hintergrund wie Wahrzeichen von Städten oder andere markante Orte. In ihren Projekten arbeiten Victoria Salomon und Jörg Manegold mit internationalen Floristen zusammen, die sie bei den floralen Performances weltweit unterstützen. Ziel von „FlorAdventures“ ist die Vernetzung von Floristen und die Stärkung von Floristik und floralem Handwerk. Die Gestaltung mit Blumen wird in diesen Beträgen zu einer blumigen Performance mit künstlerischem Anspruch und internationaler Ausrichtung. Der Fachverband Deutscher Floristen e.V./FDF unterstützt „FlorAdventures“ als wertvollen Beitrag zur Imageförderung für die Branche.

Werkschau Floristik – Floral–Arrangeure aus Korea zeige ihre Prüfungsbeiträge

Der koreanische Floristmeister Oh Myeon ist in Asien und Europa sehr bekannt. Seit 1994 leitet er die renommierte Floristenschule Oh Myeon Floral Art School in Seoul, Korea. Dort werden Floristen nach deutschem Vorbild ausgebildet. Das Ausbildungsprogramm vermittelt fachpraktische Inhalte auf Basis der Florist–Ausbildung und darauf aufbauen auf der Floristmeisterausbildung. Beide Programme schließen mit einer Prüfung vor der IHK Nord Westfalen ab und werden mit Zertifikaten des FDF und der IHK ausgewiesen. Im Januar nimmt eine Gruppe koreanischer Floristen an einem FDF–Intensiv–Seminar teil und wird von FDF–Fachreferent Andreas Faber auf den finalen Abschlusstest vorbereitet. Ihre Prüfungsbeiträge sind beim FDF in einer Korea–Werkschau im FDF–Event Center Floristik ausgestellt. Der koreanische Floristmeister und Schulleiter Oh Myeon gibt zudem gemeinsam mit seinen Landsleuten Kim Hyung Hak und Lim Kyeong Taek zwei große internationale Floristik–Demos auf der IPM, deren Exponate ebenfalls in der koreanischen Werkschau ausgestellt werden.

FDF–Piazzen: Blumige Inspirationsflächen mit floralem Bedarf

Die blumigen Erlebnisflächen, die sog. Piazzen, sind attraktive Messe–Spots in den Floristik–Hallen. Die floralen Oasen sind zu verschiedenen Atmosphären und Themen dekoriert. Sie setzen Impulse für die erfolgreiche Vermarktung floristischen Bedarfs und zeigen Produkte aus den Sortimenten der IPM–Aussteller in attraktiv–blumiger Inszenierung.