**64. CADEAUX Leipzig**

**Fachmesse für Geschenk- und Wohntrends**

**07. bis 09. September 2024**

*Für Fachbesucher*

Leipzig, 09. September 2024

**CADEAUX und MIDORA Leipzig:**

**Genuss und Austausch prägen die Fachmessen**

**345 Aussteller und Marken** **präsentieren Trends und Neuigkeiten**

**Mutige Ideen, neue Konzepte und internationale Aufmerksamkeit: Mit 7.180 Fachbesuchern und 345 Ausstellern und Marken aus den Bereichen Küche, Genuss, Schmuck und Floristik fanden die Fachmessen CADEAUX und MIDORA Leipzig einen erfolgreichen Abschluss. Zum ersten Mal wurden beide Messen in einer gemeinsamen Halle ausgerichtet, was zu einer intensiveren Vernetzung und innovativen Synergien führte. „CADEAUX und MIDORA Leipzig sind essenziell für den Austausch und die Vernetzung innerhalb der Branchen“, betont Martin Buhl-Wagner, Geschäftsführer der Leipziger Messe. „Die Messen bieten eine Plattform, auf der Fachaussteller neue Impulse setzen, Konzepte weiterentwickeln und damit die Zukunft des Einzelhandels aktiv mitgestalten.“**

Die Entscheidung, beide Messen in einer Halle zusammenzuführen, erwies sich als positiv. **Andreas Zachlod**, Projektdirektor der CADEAUX und MIDORA Leipzig, erklärt: „Heute ist der persönliche Austausch wichtiger denn je. Wir bieten eine Plattform, auf der mutige Konzepte präsentiert werden. Gemeinsam mit dem Handelsverband Sachsen setzen wir darauf, Erfolgsgeschichten zu schreiben und den Einzelhandel durch neue Ideen zu stärken. Dadurch werden Innenstädte auch wieder individueller und lebendiger.“

### Genusswelten und kreative Vielfalt

Der Schwerpunkt **„Küche und Genuss“** stand besonders im Fokus der CADEAUX Leipzig und bot eine wichtige Plattform für den Austausch zwischen Herstellern und Händlern. **Andrea Egli**, Vertriebsleiterin für Deutschland und Österreich bei Le Creuset, äußerte sich positiv zur Messe: „Die Frequenz im Handel spiegelt sich auch auf der Messe wider, dennoch haben unsere Bestandskunden sehr gut geordert. Besonders erfreulich ist der große Haushaltsverbund mit vielen Marken, wie wir ihn so noch nicht auf der CADEAUX Leipzig erlebt haben. Vor allem konnten wir hier gezielt regionale Händler erreichen.“

Auch die Anwesenheit großer Kunden im Bereich Haushalt und Genuss wertet Egli als Erfolg: „Solange wichtige Kunden unsere Neuheiten sehen und aufnehmen, ist die Messe für uns erfolgreich.“ Sie betont zudem die zunehmende Bedeutung regionaler Fachmessen: „Früher waren Sonderflächen eher ein Highlight auf internationalen Messen. Mittlerweile erreichen wir auf regionalen Messen wie der CADEAUX genauso wichtige Key-Kunden.“

Egli hebt auch die besondere Atmosphäre der Messe hervor: „Das schöne Ambiente und der Wohlfühlcharakter machen die CADEAUX zu etwas Besonderem. Der Trend im Bereich Küche geht hin zu exklusiven Produkten – einzigartige Farben, Formen und Motive, die es so nicht im Großmarkt gibt.“

**Austausch über Erfolgsstrategien für Einzelhändler**

Der **erste HändlerTalk** der CADEAUX Leipzig brachte am Messesonntag engagierte Händlerinnen und Händler zu einer spannenden Diskussion zusammen. Unter der Leitung von Moderatorin **Judith Herschel-Hille** und Initiator **Holger Günthel** wurden Themen wie verkaufsoffene Sonntage, Händlernetzwerke und Kooperationen intensiv beleuchtet.

„Verkaufsoffene Sonntage sind wegen des bürokratischen Aufwandes die Königsdisziplin der Verkaufsförderung. Doch die Mühe lohnt sich, selbst für kleine Händler. Erfolge lassen sich gut messen“, betonte Günthel. Zudem hob er die Bedeutung von Kooperationen und Verbänden hervor: Vor allem in ländlichen Regionen sei die Zusammenarbeit mit Verbänden und Vereinen ein Muss. „Als Händler sollten wir hin und wieder Durchsetzungsfähigkeit zeigen und sehen, was wir selbst gemeinsam schaffen und erreichen können“, betonte Simone Sauder, Inhaberin aus Zwenkau. Der HändlerTalk zeigte klar: Vernetzung und Zusammenarbeit sind zentrale Erfolgsfaktoren für den lokalen Handel.

### Erfolgreiche Synergien zwischen Schmuck-, Floristik- und Wohntrends

Die **MIDORA Leipzig** überzeugte dieses Jahr mit einer engen Verbindung zwischen Schmuck- und Wohntrends und präsentierte sich erstmals als integrierter Ausstellungsbereich in einer gemeinsamen Halle.

„Die Verflechtung wurde von den Ausstellern sehr positiv aufgenommen und hat zu einer erhöhten Besucherfrequenz auf der MIDORA geführt“, bestätigt **Michael Seubert**, Präsident des Zentralverbands Deutscher Gold- und Silberschmiede. Vor allem das Rahmenprogramm sei besser angenommen worden. „Durch die Kombination beider Fachmessen kam es zu einer zusätzlichen Belebung, die beiden Seiten zugutekommt“, sagt Seubert.

**Albert Fischer**, Präsident des Zentralverbands für Uhren, Schmuck und Zeitmesstechnik, betont: „Auch wenn wir die äußeren Rahmenbedingungen nicht direkt ändern können, kann und muss die Branche gerade jetzt besonders aktiv werden und sich weiter vernetzen. Genau dafür ist die Fachmesse da. Sie hilft uns, den Aufschwung mitzugestalten.“ Man befinde sich auf dem richtigen Weg.

Seubert hebt zudem die Bedeutung der MIDORA als Plattform für den Austausch hervor: „Für uns ist es wichtig, auf jeder Messe präsent zu sein, um unsere Probleme offen anzusprechen und Lösungen zu finden, etwa für die Schaffung von Ausbildungsstätten. Das ist eine Win-Win-Situation für alle – die Messe profitiert von den Verbänden und von den Fachbesuchern, und umgekehrt.“

### Politischer Besuch und internationale Vernetzung

Für die Weiterentwicklung transatlantischer Projekte der Aussteller besuchte die Konsulin für Politik und Wirtschaft des US-Generalkonsulats **Courtney Mazzone** gemeinsam mit ihrer Kollegin **Barbara Bein** die CADEAUX Leipzig. Im Rahmen eines Messerundgangs mit **Martin Buhl-Wagner** und **Frederic Günther**, dem Geschäftsführer des VEK, wurde das erzgebirgische Kunsthandwerk in einen internationalen Fokus gerückt. Es wurde darüber diskutiert, wie die Städte- und Weihnachtsmarktpartnerschaft zwischen **Carmel (Indiana, USA)** und **Seiffen (Sachsen, Deutschland)** zukünftig ausgebaut werden kann und welche Möglichkeiten es gibt, sächsisches Kunsthandwerk in den USA noch präsenter zu machen.

### Ausblick

Die nächste CADEAUX Leipzig findet vom **01. bis 3. März 2025** mit der Fachbörse Floriga am **2. März 2025** statt.

Vom **6. bis 8. September 2025** laden CADEAUX und MIDORA Leipzig erneut ein, um neue Trends und Produkte vorzustellen.

**Ansprechpartner für die Presse:**

Anja Hummel, Pressesprecherin CADEAUX Leipzig und MIDORA

Tel.: 0341 678 6564

a.hummel@leipziger-messe.de

**Im Internet:**

[CADEAUX LEIPZIG](http://www.cadeaux-leipzig.de)

[MIDORA Leipzig](http://www.midora.de/tickets)

[LinkedIn](https://www.linkedin.com/showcase/cadeaux-leipzig/)

[Instagram](https://www.instagram.com/cadeaux.leipzig)

#cadeauxleipzig

**Über die CADEAUX und MIDORA Leipzig**

Auf der CADEAUX und MIDORA Leipzig, dem bedeutendsten Branchentreff Mitteldeutschlands, präsentieren jeweils im Herbst rund 350 Aussteller und Marken ihre neuesten Lifestyle-Produkte aus den Segmenten Schenken, Wohnen, Genuss, Uhren und Schmuck. Marktführer sind dabei ebenso vertreten wie Start-Ups. Die Fachbesucher nutzen die Messe, um sich über aktuelle Trends zu informieren und für die bevorstehende Saison zu ordern. Begleitend zum Angebot der Aussteller vermitteln Sonderschauen und Workshops fachkundiges Wissen und innovative Ideen für die tägliche Verkaufspraxis im Facheinzelhandel.

**Über die Leipziger Messe**

Die Leipziger Messe gehört zu den zehn führenden deutschen Messegesellschaften und den Top 50 weltweit. Sie führt Veranstaltungen in Leipzig und an verschiedenen Standorten im In- und Ausland durch. Mit den fünf Tochtergesellschaften, dem Congress Center Leipzig (CCL) und der KONGRESSHALLE am Zoo Leipzig bildet die Leipziger Messe als umfassender Dienstleister die gesamte Kette des Veranstaltungsgeschäfts ab. Dank dieses Angebots kürten Kunden und Besucher die Leipziger Messe 2023 – zum zehnten Mal in Folge – zum Service-Champion der Messebranche in Deutschlands größtem Service-Ranking. Der Messeplatz Leipzig umfasst eine Ausstellungsfläche von 111.900 m² und ein Freigelände von 70.000 m². Jährlich finden mehr als 250 Veranstaltungen – Messen, Ausstellungen und Kongresse – mit über 15.300 Ausstellern und über 1,2 Millionen Besuchern statt. Als erste deutsche Messegesellschaft wurde Leipzig nach Green Globe Standards zertifiziert. Ein Leitmotiv des unternehmerischen Handelns der Leipziger Messe ist die Nachhaltigkeit.