

Medienmitteilung

ORNARIS: Cross-Selling ist Bestselling

Zürich, 15. Januar 2020 – Gestern Abend ging in der Messe Zürich die erste ORNARIS des neuen Jahrzehnts zu Ende. Die 270 Ausstellenden präsentierten den Fachbesuchenden an der führenden Order- und Communityplattform für den Schweizer Detailhandel neue Trends zum Jahresbeginn. Neben der Entdeckung von Neuheiten und dem Einkauf kam auch der Austausch nicht zu kurz. Forum, Networking-Apéro und spontane Diskussionen sorgten für viele neue Business-Kontakte.

Nach drei inspirierenden Tagen ist eines klar: Das Motto des Forums, «Engagement statt Grünfärberei», prägte auch das Angebot der Ausstellenden. Produkte aus Schweizer Herstellung, fair gehandelte Stücke aus aller Welt und Upcycling waren in allen Bereichen präsent – von hochmodernem Schmuck aus wiederverwertetem Acrylglas des Labels VANTO bis hin zu biologisch abbaubaren Wachstüchern als Plastikalternative von Patabee. Darüber hinaus gab es auch ein goldenes Jubiläum zu feiern: Der Schweizer Floristenverband zelebrierte während der ORNARIS sein 100-jähriges Bestehen. Geschäftsleiter Urs Meier: «Die Messe ist ein wichtiger Termin für uns und unsere Mitglieder – eine Plattform, um Netzwerke zu stärken und uns als starken Partner der Branche zu zeigen.»

Gelungenes Debüt

Als «Messe in der Messe» gab die INNOPAP ihre ORNARIS-Premiere. Entlang von sieben Themenwelten und mit einem Personal-Shopper-Angebot entdeckten die Besuchenden die grösste Papeterie der Schweiz. Messeleiterin Sandra Hurter ist zufrieden: «Das neue Format ist super angelaufen und wir schreiben viele Bestellungen – die Kooperation funktioniert. Wir bieten langjährigen ORNARIS-Besuchenden frische Inputs und unsere angestammten Facheinkäuferinnen und Facheinkäufer entdecken umgekehrt neue Themen innerhalb der ORNARIS.» Innovative INNOPAP-Neuheit war ein digitales Ladenregal, das zukünftig die Chance eröffnet, auch mit weniger Lagerraum eine grosse Auswahl zu bieten. Entsprechend positiv fällt auch das Fazit von Muriel Mangold, Bereichsleiterin Interior & Design der BERNEXPO GROUPE, aus: «Wir führen eine erfolgreiche Messe in einem schwierigen, aber auch sehr spannenden Umfeld. Kooperationen wie mit der INNOPAP und Cross-Selling, diese Themen sind die Zukunft der ORNARIS.»

Starke Synergien

Seine ORNARIS-Premiere feierte auch das Luzerner Start-up «tschutti heftli», das ein Sticker-Sammelalbum zur Fussball-EM 2020 lanciert. Projektleiter Silvan Glanzmann zieht eine positive Bilanz: «Wir konnten in Zürich viele nützliche Kontakte knüpfen, die uns auch nach der Messe noch langfristig begleiten werden.» Auch Susanne Schmid, die mit ihrem Label «Scout» zum sechsten Mal vertreten

ist, möchte ihre Präsenz an der ORNARIS nicht missen: «Hier knüpfe ich in drei Tagen wertvolle Kontakte und pflege mein Netzwerk – das wäre anders nur mit aufwändigen Reisen und viel Logistik möglich.» Seit über 40 Jahren dabei und einer der grössten Ausstellenden ist die Firma Schlittler, die Accessoires für Floristik oder Einrichtung entwirft, produziert und vertreibt. «Das Format Messe ist für uns nach wie vor wichtig: Wir profitieren von guten Frequenzen sowie Neukunden – ein interessantes Paket.», resümiert Geschäftsführer Gallus Fallner.

Die nächste ORNARIS findet vom 16. – 18. August 2020 in Bern statt. Digital halten wir Sie das ganze Jahr über auf dem ORNARIS Blog und im Ausstellerverzeichnis auf dem Laufenden.

Pressebilder der ORNARIS in Zürich finden Sie [hier](#).

Weitere Informationen

Adrian Erni, Mediensprecher, 079 464 64 59, adrian.erni@bernexpo.ch