

news +++ Ambiente/Christmasworld/Creativeworld
3./4. bis 7. Februar 2023

ambiente

christmasworld

creativeworld

Sensationelles Comeback: Frankfurter Konsumgütermessen setzen international Maßstäbe

Frankfurt am Main, 07.02.2023. Die internationalen Konsumgüterleitmessen Ambiente, Christmasworld und Creativeworld haben vom 3./4. bis 7. Februar 2023 erstmals gemeinsam als die globale Drehscheibe für die kommenden Lifestyle-Trends begeistert. Sie spiegeln die zunehmende Verschmelzung der Lebenswelten wider und fokussieren auf das Tophema Nachhaltigkeit. 4.561 Aussteller belegten auf 352.950 Bruttoquadratmetern das gesamte Frankfurter Messegelände und beeindruckten 154.000 Händler*innen aus der ganzen Welt mit ihren Neuheiten. Teilnehmer*innen aus mehr als 170 Nationen feierten die persönliche Begegnung.

Endlich wieder mit allen Sinnen Produktwelten entdecken und sich von Neuheiten inspirieren lassen! Mehr denn je wurde Frankfurt zur Heimat des globalen Konsumgütermarktes. In den ausgebuchten Messehallen herrschte fünf Tage lang eine große Wiedersehensfreude und energiegeladene Orderlaune. Insgesamt kamen 154.000 Einkäufer*innen nach Frankfurt, um Trends live zu erleben und für ihre Kollektionen zu ordern, mit denen sie die Konsumlaune anregen.



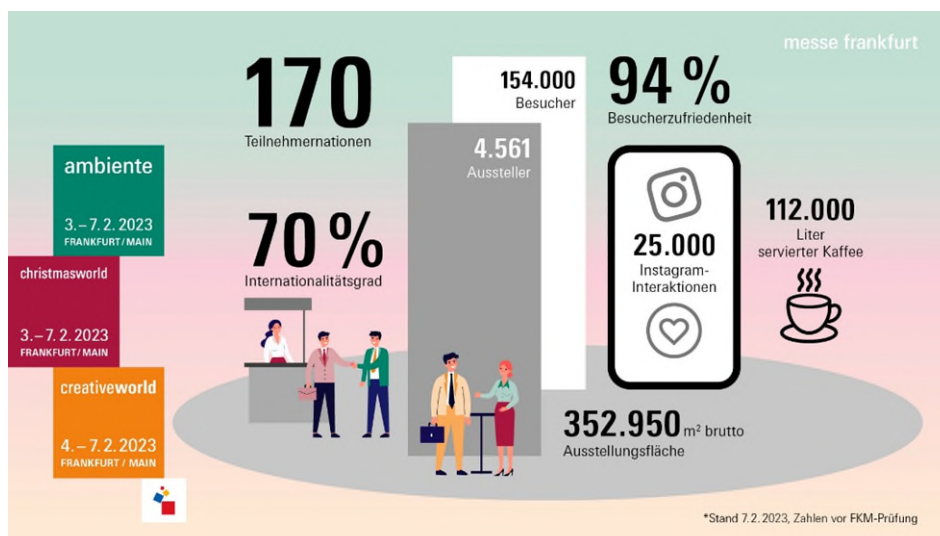
Große Wiedersehensfreude in Frankfurt zur Ambiente, Christmasworld und Creativeworld 2023. Foto: Messe Frankfurt/Jean-Luc Valentin.

„Mit einer überwältigenden Beteiligung und einer enormen Internationalität haben wir nach zwei Jahren Pandemie ein unglaubliches Comeback für die globale Konsumgüterwelt hingelegt. Frankfurt hat seine führende Position ausgebaut und ist der umfassende Inspirations-, Order- und Netzwerktermin. Unser neues Konzept One-Stop-Shop funktioniert“, sagt Detlef Braun, Geschäftsführer der Messe Frankfurt. Einkäufer*innen profitierten von einer einmaligen Vielfalt an frischen Geschäftsimpulsen: Auf der Ambiente

wurden Dining, Living und Giving durch den neuen Bereich Working mit dem Blick auf moderne Arbeitswelten erweitert. Die Christmasworld begeisterte die Branche mit saisonalen Eyecatchern und festlicher Dekoration mit Wow-Effekt für die schönste und umsatzstärkste Zeit im Jahr. Mit zahlreichen kreativen Angeboten und interaktiven Workshops feierte die Creativeworld den anhaltenden DIY-Boom, wie keine andere Fachmesse. Größtmögliche Effizienz steht dabei für alle Teilnehmer*innen im Vordergrund.

„Das neue Messeformat bestehend aus Ambiente, Christmasworld und Creativeworld ist sehr stimmig und perfekt auf die Bedürfnisse des Handels abgestimmt, da auch die Sortimente im Home- und Livingbereich immer mehr verschmelzen. Die Stimmung unserer Mitglieder war durchweg positiv und es hat sich erneut bestätigt, dass unsere Branche den Marktplatz Messe als Plattform fürs Networking, Ordern und Erleben der Produkte braucht“, sagt Christian Haeser, Geschäftsführung des Handelsverbandes Wohnen und Büro e.V.

Auch der Zentralverband Hartwarenhandel e.V. schließt sich diesem Tenor an: „Volle Hallen, super Stimmung, viele Neuheiten, großartige Gespräche – der Restart der Messe nach der Pandemie ist erfolgreich geglückt. Der Facheinzelhandel im Haushaltswaren/GPK-Bereich ist froh und dankbar, nach drei Jahren wieder auf die wichtigste Konsumgütermesse der Welt, die Ambiente, in Präsenz zurückgreifen zu können. Die Christmasworld und Creativeworld eröffnen weitere spannende Segmente und vielfältige Anregungen, die in einem herausfordernden Markt unerlässlich sind, um Kunden zu begeistern“, sagt Hauptgeschäftsführer Thomas Dammann.



Beste Internationalitäts- und Zufriedenheitswerte

Die hohe Internationalität übertraf alle Erwartungen: 70 Prozent der Besucher*innen kamen aus dem Ausland. Zu den stärksten Teilnehmernationen zählten neben Deutschland auch Italien, Frankreich, die Niederlande, die USA, Großbritannien, Spanien, die Türkei, Schweiz, Griechenland und Polen. „Es ist gigantisch und die Besucherfrequenz super international – sogar weit mehr als erwartet und weit mehr als 2020 vor der Pandemie. Wir werden überrannt, damit hat niemand gerechnet und wir sind sehr glücklich. Die Kombination aus Christmasworld, Ambiente und Creativeworld erweist sich für Aussteller wie für Facheinkäufer als eine sehr glückliche Lösung, die unbedingt

beibehalten werden sollte“, betont Lars Adler, Vorstandsvorsitzender EVL (Europäischer Verband Lifestyle).

Die gesamte Bandbreite des deutschen und internationalen Facheinzelhandels war vor Ort. Außerdem zog das Megaevent das Who's who der internationalen Großabnehmer wie Amazon, Illums Bolighus, Galeries Lafayette, El Corte Ingles, KaDeWe, John Lewis, E. Leclerc, Marks & Spencer, Museum of Modern Art, Rinascente und Stapels an. Darüber hinaus waren wichtige Distributoren für Hotel und Restaurant Supplies aus der ganzen Welt sowie Hotelketten wie Marriott International, Hilton Hotels & Resorts und Hyatt Hotels ebenso in den Hallen unterwegs. Dass der Handel die Ambiente, Christmasworld und Creativeworld als seine neue Erfolgsplattform ansieht, bestätigt auch die Besucherbefragung der Messe Frankfurt. Die Zufriedenheitswerte sind auf sehr hohem Niveau und liegen aktuell bei 94 Prozent.

Der DEHOGA Hessen, Kreisverband Frankfurt am Main, zeigte sich ebenfalls erfreut darüber, dass mit dem Start der Konsumgütermessen Ambiente, Christmasworld und Creativeworld 2023 in Frankfurt die Signale wieder in die richtige Richtung gesetzt sind. Dem gastgewerblichen Branchenverband ist es überaus wichtig, dass Frankfurt als MICE¹-Destination in der nationalen und internationalen Wahrnehmung gestärkt wird. „Nach den Krisenjahren, die besonders Hotellerie und Gastronomie getroffen haben, ist es überaus wichtig, dass mit den Messen und Kongressen der Geschäftsreisetourismus wieder angekurbelt wird“, betont Robert Mangold, Vorsitzender des DEHOGA Frankfurt. „Die Messen sind für das städtische Image sowie für das Gesamtgefüge aller touristischen Profiteure in Frankfurt und dem Rhein-Main-Gebiet ein wichtiger Wirtschaftsfaktor.“

Neue Ideen für nachhaltigen Konsum

Als wertvoller Impulsgeber wurde das umfangreiche Rahmenprogramm gelobt, das eine Vielzahl an internationalen Topreferent*innen und -designer*innen wie Karim Rashid, Ross Lovegrove, Olivier Lapidus, Tassilo von Grolmann aber auch verheißungsvolle Nachwuchstalente vereinte. Über Sonderpräsentationen, Vorträge, Workshops oder Führungen wurde der Austausch zu den wichtigsten Metathemen wie Nachhaltigkeit, New Work, Design, Lifestyle, Future Retail und Digital Expansion of Trade angeregt. So erhielten alle Handelsformen gezielt Lösungsansätze sowie praxisnahe und umsetzbare Ideen mit auf den Weg.

Besonderes Highlight war das Future of Work Areal im neuen Angebotsbereich Ambiente Working, das individuelle Lösungen für moderne Arbeitswelten präsentierte. Denn der Arbeitsplatz verändert sich zunehmend hin zu sozialen Orten, an denen Interaktion und sozialer Austausch stattfinden. Das Etablieren von Co-Working Spaces als neue Form der Büroorganisation entspricht dem dringenden Bedürfnis nach Flexibilität und Mobilität. Dafür fanden Einkäufer*innen vielfältige Angebote und Impulse. „Bei Future of Work geht es nicht nur um praktische Lösungen, sondern um ein Mindset. Wir erleben hier ein großes Interesse seitens der Besucher*innen. In jeder Krise fangen die Menschen an, umzudenken und frische Ideen entstehen. Es ist eine aufregende Zeit. Wir haben neue Kunden gewonnen, die eigentlich gar nicht nach Produkten wie unseren gesucht haben. Auch viele Hotels zeigen Interesse, denn auch sie bieten immer mehr Co-Working Spaces

¹ MICE: Meetings, Incentives, Conventions, Exhibitions - der Meeting-, Incentive-, Konferenz- und Messtourismus.

an. Die hohe Besucherfrequenz im Future of Work Areal zeigt, dass es wirklich ein Thema für alle ist“, sagt Diane Wendel, Geschäftsführerin Country Living.



Im Fokus stand das neue Thema New Work im Future of Work Areal der Ambiente.
Foto: Messe Frankfurt/Pietro Sutera.

Das Thema Nachhaltigkeit war auf allen drei Fachmessen mit innovativen Produkten allgegenwärtig – laut Zukunftsinstitut wird es von den Konsument*innen verstärkt nachgefragt und zum entscheidenden Kaufkriterium. „Weltweit wollen über 70 Prozent der Menschen weiterhin am liebsten stationär einkaufen. Allerdings lokaler, nachhaltiger und gemeinschaftlicher. So bringt jede Krise Resilienz, Mut und Kreativität hervor und Veränderungen schaffen für den Handel neue Möglichkeiten und Potentiale. Hier gilt es frühzeitig die Weichen zu stellen und konsequent die Brille des Konsumenten aufzusetzen“, regt Zukunftsforscherin und Handelsexpertin Theresa Schleicher vom Zukunftsinstitut an.

Digital Extension ermöglicht über 80.000 Kontakte und verlängert Messeerlebnis

Entscheidender Faktor bei der Inspiration blieb das physische Erlebnis, das 2023 klar im Fokus stand – und weiterhin vor und nach den Messen sinnvoll digital ergänzt wird. Auf der Online-Plattform Digital Extension waren insgesamt 80.242 Teilnehmer*innen virtuell unterwegs, es kam zu über 8.000 Interaktionen im Networking, rund 4.000 Chatnachrichten wurden verschickt und über 1.000 Stunden Content geschaut.

Bis 17. Februar 2023 können sich Aussteller und Besucher*innen weiterhin über die Online-Plattform vernetzen und ausgewählte Messe-Highlights verfolgen. So wird ein optimales Nachmessegeschäft ermöglicht und bietet die Chance, auch im Nachhinein wichtige Geschäftskontakte zu knüpfen.

Zum Netzwerken, Ordern oder Wissen tanken stehen außerdem unterjährig die Online-Ausstellersuche, die Order- und Contentplattform für Home & Living nmedia.hub, die Wissensplattform Conzoom Solutions, der Ambiente Blog und die Social-Media-Kanäle der Ambiente, Christmasworld und Creativeworld zur Verfügung.

Die Ambiente, Christmasworld und Creativeworld finden auch zukünftig zeitgleich auf dem Frankfurter Messegelände statt:

Ambiente/Christmasworld: 26. bis 30. Januar 2024

Creativeworld: 27. bis 30. Januar 2024

Hinweis für Journalist*innen:

Inspirationen, Trends, Styles und Persönlichkeiten entdecken Sie im Ambiente Blog und weiteres Expertenwissen auf Conzoom Solutions.

Presseinformationen & Bildmaterial:

<http://ambiente.messefrankfurt.com/presse>

<http://christmasworld.messefrankfurt.com/presse>

<http://creativeworld.messefrankfurt.com/presse>

Ins Netz gegangen:

www.facebook.com/ambientefair | www.twitter.com/ambiente

www.instagram.com/ambientefair | www.ambiente-blog.com

www.linkedin.com/company/ambientefair

www.facebook.com/christmasworld/ | www.instagram.com/christmasworld.frankfurt/

www.linkedin.com/company/christmasworldfrankfurt | <https://twitter.com/ChristmasworldF>

www.facebook.com/creativeworld.frankfurt | www.instagram.com/creativeworld.frankfurt/

www.linkedin.com/company/creativeworldfrankfurt | <https://twitter.com/Creativeworld>

Hashtags:

#ambiente23 #ambientefair #welcomehome

#christmasworld23 #welcomehome #christmasbusiness

#creativeworld23 #welcomehome #creativeindustry



Ihr Kontakt:

Erdmann Kilian

Tel.: +49 69 75 75-5871

Erdmann.Kilian@messefrankfurt.com

Messe Frankfurt Exhibition GmbH

Ludwig-Erhard-Anlage 1

60327 Frankfurt am Main

www.messefrankfurt.com

Informationen zur Ambiente

Neue Blickwinkel eröffnen unentdeckte Chancen: Als die international führende Konsumgütermesse bildet die Ambiente den Wandel im Markt zukunftsorientiert ab. Sie zeigt fünf Tage lang einen einzigartigen Mix an Ideen und Produkten – und ist die Plattform für die weltweiten Trends. Für Tisch, Küche und Haushalt ist die Messe im Bereich

Dining die unerreichte Nr. 1. Bei Living sind rund um Wohnen, Einrichten und Dekorieren alle Stilrichtungen und Marktsegmente erlebbar. Giving stellt Geschenke und persönliche Accessoires in allen Facetten vor und bietet zukünftig hochwertige Papeterie sowie Artikel rund um den Schulbedarf an. Der neue Bereich Working konkretisiert die Arbeitswelten von morgen. Mit den Zukunftsfeldern HoReCa und Contract Business verfügt die Ambiente zudem über eine ausgeprägte Ausrichtung auf das internationale Objektgeschäft. Die großen Themen Nachhaltigkeit, New Work, Design, Lifestyle, Digital Expansion of Trade und Future Retail begleiten die Veranstaltung genauso wie eine Vielzahl an Branchenevents, Nachwuchsprogrammen, Trendinszenierungen und Preisverleihungen. Aufgrund ihres in Breite und Tiefe konkurrenzlosen Produktangebots ist sie weltweit einzigartig und bietet für das Knüpfen von Kontakten und die Suche nach neuen Geschäftspartnern die besten Verbindung.

ambiente.messefrankfurt.com

Informationen zur Christmasworld

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 – von der mundgeblasenen Weihnachtsbaumkugel über Bänder und Verpackungen bis zur großflächigen Lichtinszenierung für Shoppingcenter und Innenstädte.

christmasworld.messefrankfurt.com

Informationen zur Creativeworld

Die Creativeworld ist die weltweit wichtigste Fachmesse für die internationale Hobby-, Bastel- und Künstlerbedarfsbranche. Die Aussteller zeigen Produktneuheiten, Techniken und Materialien zum dekorativen Basteln, für den Grafik- und Künstlerbedarf, Handarbeit und textiles Gestalten, Graffiti und Street Art sowie fürs kreative Hobby. Die Fachmesse ist als Trend- und Businessplattform die erste Anlaufstelle im Geschäftsjahr. Für den Groß- Einzel- und Fachhandel, für Baumärkte und Gartencenter, Internet- und Versandhandel ist die Creativeworld der ideale Ordertermin. Mit ihrem abwechslungsreichen Eventprogramm sorgt die Creativeworld für neue Ideen, Anregungen und Branchen-Know-how.

creativeworld.messefrankfurt.com

Welcome Home

Unter dem Motto „Home of Consumer Goods – Welcome Home“ finden vom 3./4. bis 7. Februar 2023 erstmalig die Ambiente, die Christmasworld und die Creativeworld zeitgleich auf einem der modernsten Messegelände der Welt statt. Die damit neu kreierte Kombination aus drei erfolgreichen Leitmessen an einem Ort zu einem Zeitpunkt verbindet so deren Stärken und bietet damit ein bisher unerreichtes, simultan verfügbares, zukunftsorientiertes Produktangebot in Qualität und Quantität. Das weltweite Geschäft mit großen Volumen wird intensiviert. Die Messe Frankfurt bietet auch künftig die größte Plattform für Global Sourcing außerhalb Chinas. Frankfurt ist damit das Zentrum der globalen Ordersaison, stärkt Synergieeffekte und Effizienz für alle Beteiligten und ist so der eine, umfassende Inspirations-, Order- und Netzwerktermin für eine globalisierte Branche. Hier werden die angesagten Trends präsentiert und die globalen Metatrends erfah- und sichtbar.

nmedia.hub – Die Order- und Contentplattform der Home&Living Branche

Das digitale Order- und Contentmanagement für Marken und Händler*innen der Konsumgüterbranche verlängert die Messe und ermöglicht Bestellungen zu jeder Tages- und Nachtzeit an 365 Tagen im Jahr.

nmedia.solutions

Hintergrundinformation Messe Frankfurt

Die Unternehmensgruppe Messe Frankfurt gehört zu den weltweit führenden Messe-, Kongress- und Eventveranstaltern mit eigenem Gelände. Rund 2.200* Mitarbeitende im Stammhaus in Frankfurt am Main und in

28 Tochtergesellschaften organisieren Veranstaltungen weltweit. Der Konzernumsatz betrug im Geschäftsjahr 2022 rund 450* Millionen Euro. Die Geschäftsinteressen unserer Kund*innen unterstützen wir effizient im Rahmen unserer Geschäftsfelder „Fairs & Events“, „Locations“ und „Services“. Eine entscheidende Stärke der Messe Frankfurt ist ihr leistungsstarkes globales Vertriebsnetz, das engmaschig rund 180 Länder in allen Weltregionen abdeckt. Unser umfassendes Dienstleistungsangebot – onsite und online – gewährleistet Kund*innen weltweit eine gleichbleibend hohe Qualität und Flexibilität bei der Planung, Organisation und Durchführung ihrer Veranstaltung. Mittels digitaler Expertise entwickeln wir neue Geschäftsmodelle. Die Servicepalette reicht von der Geländevermietung über Messebau und Marketingdienstleistungen bis hin zu Personaldienstleistungen und Gastronomie. Nachhaltigkeit ist eine zentrale Säule unserer Unternehmensstrategie. Dabei bewegen wir uns in einer Balance zwischen ökologischem und ökonomischem Handeln, sozialer Verantwortung und Vielfalt.

Weitere Informationen: www.messefrankfurt.com/sustainability

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 * vorläufige Kennzahlen 2022