

news +++ Christmasworld
3. bis 7. Februar 2023

christmasworld

Christmasworld Trends 23+ setzen auf klassische und zugleich überraschende Designs sowie naturnahe, nachhaltige Dekorationen

Frankfurt am Main, September 2022. Welche Farben, Formen und Designs zukünftig bei der weihnachtlichen Dekoration angesagt sind, können internationale Fachhändler*innen live auf der kommenden Christmasworld erleben. Die Christmasworld Trends 23+ im Trendareal im Foyer der Halle 4.1 bieten einen einmaligen Überblick zu den Neuheiten der Aussteller, die das Stilbüro bora.herke.palmisano in drei spannenden Trendwelten inszeniert. Tägliche Vorträge vermitteln die relevanten Strömungen für die Konsumgüterbranche.

Die Sehnsucht nach dem Schönen, Wahren und Guten setzt sich bei den Christmasworld Trends 23+ fort. Allerdings mit einem noch viel stärkeren Fokus auf Nachhaltigkeit und neuen Kreationen, die aus einem Mix von traditionsreicher Handwerkskunst und innovativen Techniken entstehen. „Momente der Freude sind kostbar. Gutes Design, welches das Erbe und die Zukunft kennt, hilft uns, diese noch schöner zu feiern. Vieles kommt jetzt leiser als früher daher, ganz bewusst: Wertiger Impuls statt schnell verglühende Show. Spürbar ist ein Neustart, angestoßen durch das Erleben der vergangenen Jahre. Stärker als je zuvor geht es um Nachhaltigkeit: Die Materialforschung und digitale Innovationen halten neue ästhetische Lösungen bereit“, fasst Annetta Palmisano vom Stilbüro bora.herke.palmisano zusammen.

Im Auftrag der Messe Frankfurt erfasst das Stilbüro zukünftige Entwicklungen und gibt Einkäufern und Herstellern verlässliche Prognosen und Inspirationen für die Sortimentsgestaltung. Die drei Trendaussagen für 23+ lauten **unknown beauty**_strange + gracious, **calming nature**_careful + pleasant, **lasting ideas**_passionate + evocative. Sie werden im Trendareal eindrucksvoll präsentiert und enthalten einen Überblick über Produktneuheiten und stilprägende Designs.

Übergreifend bleibt die Natur eine große Inspirationsquelle. Farben und Strukturen hält sie im Überfluss bereit. Das internationale Messepublikum kann sich weiterhin auf viel Unerwartetes und Extravagantes freuen, eine emotionale Farbigkeit, verbunden mit verblüffenden visuellen Phänomenen. So bekommt die typische Weihnachtskugel zukünftig neue, stilvolle Mitbewerber am Baum. Kerzen tragen zum Fest gerne Blockstreifen oder eleganten Used-Look. Der 3D-Druck, einer der wichtigsten Technologietrends der Zukunft, gewinnt weiter an Relevanz. Designs und Produkte erzeugen eine ungeheure Vitalität und kreative Ideen, die mitunter durch ihre ungewohnte Andersartigkeit irritieren, aber doch immer inspirieren.

unknown beauty_strange + gracious ... stellt das Unerwartete, Überraschende in den Fokus



Unerwartete Dekorationen und fremde Formen stehen im Vordergrund. Situative Muster, Umgebungsreflexionen und das Spiel mit Licht und Schatten erzeugen bemerkenswerte visuelle Effekte. Oft sind die Oberflächen metallisiert, perlmuttartig oder die Objekte zeigen schillernde Spiegeloberflächen, Gravuren und fließende Farbwirkungen. Umgebungsreflexionen werden zu einem tragenden Element des Designs. Die Idee, den flüchtigen Moment in die Gestaltung einzubeziehen, schafft weitere situative Dimensionen. Spannend wird es, wenn sich Handwerkskunst und digitale Innovationen annähern. So werden beispielsweise 3D-Modelle für Kerzenständer im Atelier entwickelt und in einer Keramikfabrik digital gedruckt. In der Farbreihe wechseln sich extravagante Farben wie Azurblau, Pfirsich, Magenta oder Weinrot mit

lieblichen, sanften Nuancen in Sky, Lemon, Grau und Silber ab.

calming nature_careful + pleasant ... steht für ruhige Vitalität und einen naturverbundenen Minimalismus

Die Gestaltungen zeigen eine lebendige Verbindung zur Natur und kreisen um Lebenszyklen und Vergänglichkeit. Mit Kreativität und nachhaltigem Denken lösen sie zunehmend die Grenzen von Kunst, Handwerk und Technologie auf. Pflanzliche und geologische Designs, etwa von Felsen, Mineralien und Rohsteinen sind hier typisch.



Mal wird Naturstein als Werkstoff verwendet, mal dienen seine Maserungen, Färbungen und Oxidationsphänomene als Inspiration für Muster, Motive und Oberflächen. Rauen und porösen Materialien stehen häufig makellos glatte und sanfte Oberflächen zur Seite. Außerdem unterstreichen schlichter Karton und unbeschichtetes Papier minimalistische, saisonale Ornamente. Die Farbpalette beginnt mit drei kühleren Nuancen – inspiriert von Flechten, Bergsee und Roh-Malachit. Es folgen neutrale Abstufungen von weißem Sand über Steingrau bis zu dunklem Fels. Drei warme Töne wie Moos, ein holziger Rosenton sowie eine milde Rosé-Nuance komplettieren die naturhafte Farbharmonie.

lasting ideas_passionate + evocative ... die Dekorationen setzen ein klares Design-Statement



Gestaltungen mit einem markanten Charakter, plakativer Geometrie und konkreten Formen bestimmen das Bild. Handwerkliche Kompetenz, ein großes Manufaktur-Erbe und industrielles Know-How finden dabei zusammen. Geometrische Formen wie Kreisscheiben, Kegel und Quadrate ergänzen die typische Kugel als Weihnachtsornamente. Bei den Oberflächen werden Marmormaserungen und Holzstrukturen sowie Moirée-Effekte grafisch umgesetzt. Mit Raster-, Linien- und Reliefstrukturen werden Glaskugeln zur ganzjährigen Dekoration. Das Prinzip Monocolor und zugleich Streifen, von klar-elegant bis fließend-subtil, sind wichtige Gestaltungsmittel.

Intensive Farbgebungen veredeln die Objekte. Petrol- und Blaunuancen dominieren die kühle Reihe, während Orangerot, Violett und Ocker warme Farbakzente setzen. Dazwischen vermitteln die neutralen, metallischen Töne Zinn, Eisen und Bronze-Grau.

Einen weiteren Vorgeschmack erfahren Fachhändler*innen vorab auf christmasworld.messefrankfurt.com und www.conzoom.solutions bevor sie die kommenden Trends auf der Christmasworld vom 3. bis 7. Februar 2023 im Trendareal im Foyer der Halle 4.1 live erleben können.

Die Trendexperten vom Stilbüro bora.herke.palmisano berichten zweimal am Tag über die drei Trendwelten der Christmasworld und der Ambiente. Zum ersten Mal gibt es für die Christmasworld und Ambiente gemeinsame Trendaussagen – allerdings bleibt eine individuelle Auslegung pro Messe erhalten und wird weiterhin herausgearbeitet. Die Fachvorträge finden in der Conzoom Solutions Academy im Saal Europa Halle 4.0 zu folgenden Uhrzeiten statt:

Freitag, Sonntag, Montag, Dienstag jeweils um 11:45 Uhr und um 14:45 Uhr
Samstag um 12:45 Uhr und 15:45 Uhr

Die Christmasworld wird ab Februar 2023 zeitgleich mit den internationalen Konsumgüterleitmessens Ambiente und Creativeworld auf dem Frankfurter Messegelände stattfinden.

Ambiente/Christmasworld: 3. bis 7. Februar 2023
Creativeworld: 4. bis 7. Februar 2023

Hinweis für Journalist*innen:

Weitere Informationen finden Sie unter: christmasworld.messefrankfurt.com.

Presseinformationen & Bildmaterial:

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

Ins Netz gegangen:

www.facebook.com/christmasworld/

www.instagram.com/christmasworld.frankfurt/

www.linkedin.com/company/christmasworldfrankfurt

<https://twitter.com/ChristmasworldF>

Hashtags:

#christmasworld23 #welcomehome #christmasbusiness



Ihr Kontakt:

Katrin Westermeyr

Tel.: +49 69 75 75-6893

katrin.westermeyr@messefrankfurt.com

Messe Frankfurt Exhibition GmbH

Ludwig-Erhard-Anlage 1

60327 Frankfurt am Main

www.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

Home of Consumer Goods – der neue One-Stop-Shop für die globale Ordersaison

Unter dem Motto „Home of Consumer Goods“ 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 erfahr- 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.

www.nmedia.solutions

Conzoom Solutions – die Plattform für den Handel

Die Wissensplattform Conzoom Solutions bietet dem Konsumgüterhandel ein vielfältiges Angebot wie Studien, Trendvorstellungen, Workshops oder Anleitungen für den Point of Sale. Sie gibt einen Komplettüberblick über das internationale Portfolio der Messe Frankfurt im Konsumgüterbereich und stellt dort gebündelt Informationen für den Handel zusammen.

www.conzoom.solutions

Hintergrundinformationen 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 Jahresumsatz 2021 betrug rund 154 Millionen Euro und war pandemiebedingt zum zweiten Mal in Folge deutlich geringer, nachdem 2019 noch mit einem Konzernumsatz von 736 Millionen Euro abgeschlossen werden konnte. Die Geschäftsinteressen unserer Kund*innen unterstützen wir effizient im Rahmen unserer Geschäftsfelder „Fairs & Events“, „Locations“ und „Services“. Nachhaltiges Handeln ist eine zentrale Säule in unserer Unternehmensstrategie und definiert sich in einer Balance zwischen ökologischem und ökonomischem Handeln, sozialer Verantwortung und Vielfalt. Eine weitere 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.

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