

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

christmasworld

Welcome back: Aussteller feierten beste Christmasworld seit Jahren

Frankfurt am Main, Februar 2023. Die Christmasworld meldete sich im neuen Format parallel zur Ambiente und Creativeworld sowie mit neuer Hallenbelegung im Ostgelände inklusive der neu eingeweihten Halle 5 erfolgreich zurück. 35.719 Facheinkäufer – 71 Prozent davon aus dem Ausland – waren in bester Orderlaune und begeistert von der neuen Angebotsvielfalt. 627 Aussteller freuten sich über volle Auftragsbücher und viele internationale Neukontakte. Gemeinsam geht es gestärkt und optimistisch ins neue Geschäftsjahr.

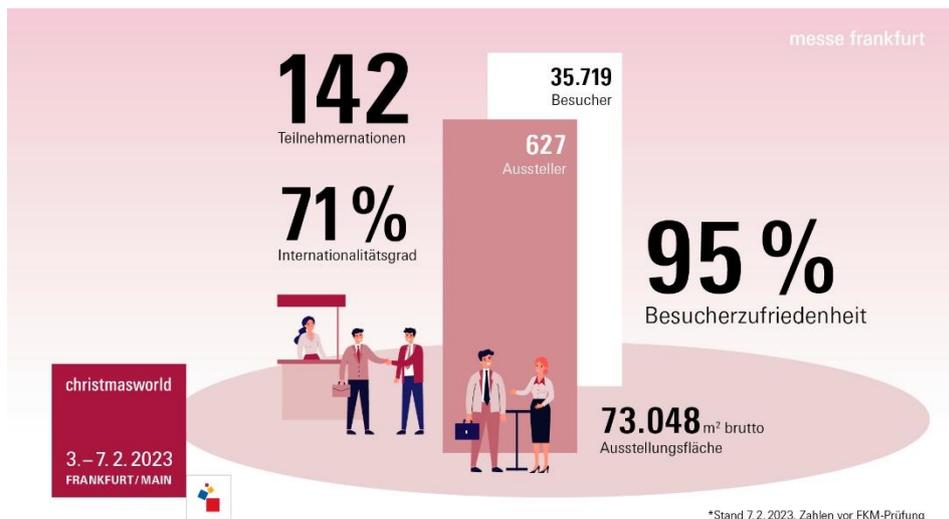


Bang! Die Christmasworld ist zurück mit neuem Konzept und überzeugt auf ganzer Linie. Das Wow-Erlebnis weihnachtlicher und saisonaler Dekorationen zog 2023 in das Ostgelände ein und begeisterte rund 35.700 Einkäufer*innen. Foto: Messe Frankfurt/Pietro Sutera.

Toll, gigantisch, wundervoll, besser denn je – das Feedback war von Superlativen geprägt und spricht für ein hochemotionales Messeerlebnis nach zweijähriger Pause. Somit war das Motto „Elevate your business“ vom 3. bis 7. Februar 2023 Programm: In den ausgebuchten Frankfurter Messehallen 4,0, 4.1, 5.0, 5.1, 6.0, 6.1 und 10.0 war fünf Tage lang große Wiedersehensfreude, energiegeladene Orderlaune und positive Aufbruchsstimmung deutlich spürbar. Bereits die Vorfreude der Aussteller sich endlich wieder mit ihren Bestandskund*innen und potentiellen Neukund*innen aus aller Welt auf ihrer Leitmesse für saisonale Dekoration und Festschmuck persönlich auszutauschen war groß. „Die Realität war noch viel besser. Wir sind überwältigt von dem riesigen Besucherandrang aus der ganzen Welt und sehr dankbar für das große Vertrauen aus der gesamten Branche“, sagt Eva Olbrich, Leiterin Christmasworld und Creativeworld.

Die Christmasworld bot erstmals im Ostgelände einen kompakten wie attraktiven internationalen Produktmix in allen Produktbereichen. Von der mundgeblasenen

Weihnachtsbaumkugel über das erweiterte Angebot rund um Bänder und Verpackungen bis zur großflächigen Lichtinszenierung für Shoppingcenter und Innenstädte – alles war für die Besucher*innen schnell erreichbar. „Das neue Messeformat funktioniert: Durch das neue Konzept sind wir als ehemaliger Paperworld-Aussteller jetzt Bestandteil der Christmasworld – dadurch konnten wir viel mehr Neukontakte sammeln. Wir hatten eine deutlich höhere Besucherfrequenz – vor allem international. Ganz Europa ist vertreten, von Skandinavien bis Spanien, sogar Einkäufer*innen aus Mexiko und Australien bis zur Mongolei waren dabei. Kund*innen, die man sonst nie trifft, trifft man hier. Das beflügelt auf jeden Fall“, bestätigt Jürgen Popp, Geschäftsführender Gesellschafter, Zöllner-Wiethoff GmbH (Zoewie).



*Stand 7.2.2023, Zahlen vor FKM-Prüfung

Starke Orderlust und Internationalität sorgten für stimmungsvollen Auftakt

Die hohe Internationalität übertraf alle Erwartungen: 71 Prozent der Besucher*innen kamen aus dem Ausland. Insgesamt vereinte die Christmasworld 142 Teilnehmernationen. Zu den Top Ten Nationen nach Deutschland zählten Italien, die Niederlande, Frankreich, die USA, Belgien, Großbritannien, Österreich, Spanien, Schweiz und Polen. Dementsprechend positiv sehen die Rückmeldungen und Zufriedenheitswerte der Aussteller und Besucher*innen aus. So sind beispielsweise 95 Prozent der Besucher und 85 Prozent der Aussteller zufrieden mit der Erreichung ihrer Besuchsziele oder Beteiligungsziele.

„Alle unsere Erwartungen würden nicht nur erfüllt, sondern sogar übertroffen. Das war die beste Christmasworld, die wir jemals hatten (seit 23 Jahren) – mit vielen unerwarteten Orders und einer außergewöhnlichen Internationalität. Wir hatten eine Vielzahl von Neukunden aus der ganzen Welt. Das ist eine durchweg wundervolle Christmasworld“, sagt Christina Mouchali, Export Manager, Fotodiastasi Illumination.

Auch Dirk Naeve, Geschäftsleitung Vertrieb & Logistik, Boltze Home Collections bestätigt: „Das war eine tolle Christmasworld: In Frankfurt herrschte von Anfang an ein fantastischer Spirit und es ging direkt mit Vollgas los. Das Reisen funktioniert wieder und alle haben richtig Lust auf Messe, Inspirationen und Neuheiten. Wir hatten sehr viele internationale Geschäftskontakte und schließen mit einen tollen Auftragseingang ab. Christmasworld und Ambiente zu einem Zeitpunkt ist für uns die perfekte Lösung.“

Messehighlights setzen auf mehr Nachhaltigkeit und Emotion am POS

Auf der Agenda des Eventsprogramms standen jede Menge Experten*innen-Know-how im Vortragsareal der Conzoom Solutions Academy und Inspiration für abwechslungsreiche Sortimente für eine erfolgreiche Geschäftssaison. „Die aktuellsten Trends für die Konsumgüterbranche haben die Leitmesse Ambiente, Christmasworld und Creativeworld schon immer definiert und für den Handel erlebbar gemacht. Doch Retail ist heute weit mehr als nur das Handeln mit angesagten Produkten. Es geht überall um den Megatrend Nachhaltigkeit – um ethische und ökologische vertretbar produzierte Dinge; es geht aber auch um das Gestalten von Erlebniswelten auf der stationären Fläche, um die Kunden dauerhaft mit den Händlern verbinden zu können. Dies alles hat das effektiv angelegte Messetrio vorbildlich inszeniert, mit konzeptionellen Klammern versehen und für die Besucher umgesetzt“, sagt Dr. Peter O. Wüst, Hauptgeschäftsführer, BHB - Handelsverband Heimwerken, Bauen und Garten e.V.

Starker Publikumsmagnet der Christmasworld war vor allem das Trendareal der Christmasworld Trends 23+, inszeniert durch das Stilbüro Bora.Herke.Palmisano. Im Fokus stehen zukünftig klassische und zugleich überraschende Designs sowie naturnahe, nachhaltige Dekorationen.



Als zentrale Inspirationsquelle zu den relevanten Themen, Farben und Materialien der kommenden Saison stießen die Christmasworld Trends 23+ im Foyer Halle 4.1 auf großes Interesse. Foto: Messe Frankfurt/Pietro Sutera

Ob Bänder aus Biobaumwolle, vegane Kerzen, Christbaumständer aus recyceltem Plastikmüll oder spektakuläre Lichtdekorationen für Innenstädte, die aus biologisch abbaubarem Zuckerrohr bestehen – die Nachfrage nach diesen Produkten steigt. Dem wachsenden Interesse und auch Angebot zum Thema Nachhaltigkeit trug die Christmasworld zum einen mit der Einführung des Special Interests „Ethical Style by Christmasworld“ Rechnung. Hierbei handelt es sich um eine kuratierte Auswahl besonders nachhaltiger Produkte. 2023 haben insgesamt 41 Aussteller diese Auszeichnung durch eine unabhängige Expertenjury erhalten. Zum anderen gab es erstmals einen Ethical Style Spot, der das Thema Nachhaltigkeit in den Fokus rückte. Im Rahmen dieser Sonderpräsentation fanden Fachbesucher*innen eine Themeninsel mit besonders nachhaltigen Ausstellerprodukten.

Ein besonderes Highlight war darüber hinaus die Sonderpräsentation „Decoration Unlimited“ des holländischen Designer-Duos Rudi Tuinman und Pascal Koeleman von 2dezn. Ihrer Meinung nach brauchen wir gerade jetzt mehr Emotion und mehr Storytelling am Point of Sale, um die Konsumlaune anzuregen. Unter dem Motto „Down to

earth“ setzten sie auf dekorative Elemente in Erdtönen und zauberten mit den Produkten der Aussteller eine hochemotionale Sonderschau, die zu neuen Schaufenster- und Flächendekorationen inspiriert. Einkäufer*innen tauchten hier in ein wohltuendes Wow-Erlebnis ein, das mit 15.000 parfümierten Rosen und echten Pflanzen alle Sinne ansprach.

Die Christmasworld findet auch zukünftig zeitgleich mit der Ambiente und Creativeworld auf dem Frankfurter Messegelände statt:

Christmasworld/Ambiente: 26. bis 30. Januar 2024

Creativeworld: 27. bis 30. Januar 2024

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/

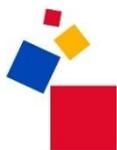
www.instagram.com/christmasworld.frankfurt/

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

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.

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

Hintergrundinformation nachhaltige 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