

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

christmasworld

Wow-Effekt zieht in neue Hallen

Frankfurt am Main, August 2022. Der Anmeldestand zur Christmasworld 2023 ist auf Topniveau und die Hallenplanung weit fortgeschritten. Alle großen nationalen und internationalen Key Player sind bereits an Bord.



Die Christmasworld bringt das Wow-Erlebnis, das weihnachtliche und saisonale Dekoration erzeugt, in neue Hallen und lädt die internationale Konsumgüterbranche vom 3. bis 7. Februar 2023 zum Netzwerken, Inspirieren und Ordern ein. Foto: Messe Frankfurt/Pietro Sutera

Mit ihrem Fokus auf weihnachtliche und festliche Dekorationen ist die Christmasworld für die internationalen Aussteller die perfekte Bühne, um den Erfolgsfaktor Erlebnis am Point of Sale zu inszenieren. „Die Zahl der Anmeldungen ist hervorragend und bestätigt den hohen Stellenwert der Christmasworld im Markt. Mein Team arbeitet mit Hochdruck an der Planung der neuen Hallen“, bestätigt Eva Olbrich, Leiterin Christmasworld und Creativeworld. Dabei bleibt der typische Look-and-feel für die international führende Fachmesse für saisonale Dekoration und Festschmuck erhalten, denn mit den emotionalen Aussteller- sowie Sonderpräsentationen zieht der Wow-Effekt in die Hallen 4.0, 4.1, 5.0, 5.1, 6.0 und 6.1 im Ostgelände ein.

Das trifft besonders auf das Produktangebot Visuelles Merchandising & Licht in Halle 4.0 zu. Die Key Player haben hier einen sehr großen Flächenbedarf, wenn es darum geht, Licht als stimmungsvollen Effektgestalter zu präsentieren – sowohl für den heimischen Wohnbereich und Garten (Consumer Lights) als auch für Shoppingcenter und Innenstädte. Aussteller bieten hierzu modernste, energiesparende LED-Technik, neue nachhaltige Lösungen sowie vielseitige Weihnachts- und Dekorationsbeleuchtung für aufmerksamkeitsstarke Schaufenster- oder Ladendekorationen inklusive beweglicher Figuren.

Weit vorne in Sachen Nachhaltigkeit ist zum Beispiel das französische Unternehmen Blachere Illumination, das jährlich die Champs Élysées beleuchtet: „Nach zwei Jahren Pandemie wird die Christmasworld für uns eine besondere internationale Veranstaltung sein. Wir haben den persönlichen Kontakt zu unseren Kunden vermisst, um ihnen unsere Innovationen zu zeigen, unsere Produkte live zu präsentieren und eine schöne Zeit zu verbringen. Darüber hinaus stehen die Metathemen der Messe ganz im Zeichen unseres Know-hows und unserer Verpflichtungen in Bezug auf soziales Engagement und Umweltschutz. Wir sind überzeugt, dass die drei Säulen unserer Marke – Emotion, Kompetenz und Ethik – perfekt zur Edition 2023 passen werden“, sagt Johan Hugues, Directeur général/CEO, Blachere Illumination.

Dass das reale Messe-Erlebnis für die Präsentationen unverzichtbar ist, bestätigt auch Carlo Cavicchioli, Vertriebsleiter, Lotti Importex aus Italien: „Das liegt vor allem daran, dass man unsere Produkte in natura sehen muss. Es ist sehr schwierig, die verschiedenen Lichttöne mit digitalen Bildern richtig darzustellen. Außerdem ist die Präsenz auf der Christmasworld für uns wichtig, da sie uns die einmalige Gelegenheit bietet, unser Unternehmen bei einer großen Zahl potenzieller Kunden und Marktteilnehmer bekannt zu machen. Auch die Besucher*innen der Ambiente und Creativeworld können wir für unsere Angebote begeistern. Hier sehen wir die Chance auf zusätzliche Neukunden.“

Diesem Tenor schließt sich Helmut Schmidt, Geschäftsführer Weihnachtsland GmbH an. Er präsentiert im Angebotsbereich Weihnachten & Saisonale Dekoration in Halle 4.0 die Marke Christborn mit hochwertigem Weihnachtsschmuck aus mundgeblasenen und von Hand bemalten Glas. Höchste Handwerkskunst „made in Germany“ ist weiterhin gefragt. „Unsere Produkte leben von der ihnen gegebenen Emotionalität. Das macht eine Messe als ideales Podium unverzichtbar. Wir sind froh, dass dies nun wieder möglich ist. Die zeitliche Parallelität der Christmasworld mit Ambiente und Creativeworld halten wir für eine konsequente und effiziente Lösung. Es schafft für Besucher ein unvergleichbares Angebot, verschmelzende Sortimente in einem Messebesuch zu ordern und für Aussteller eine kostenoptimierte Gelegenheit sich einem noch breiteren Publikum vorzustellen.“

Christmasworld 2023: Die Messe der kurzen Wege

Da die Hallen im Ostgelände näher beieinander liegen, wird das die Messe der kurzen Wege – das fördert automatisch eine hohe Frequenz in den Hallen. Außerdem profitieren Aussteller wie Besucher*innen von der Nähe zu den Angebotsbereichen der Ambiente rund um Living, Giving, und Working die das Produktsortiment ergänzen.

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 #homeofconsumergoods #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.

Nextrade - die Order- und Datenplattform der Home & Living-Branche

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