

## ambiente christmasworld creativeworld

### Die Konsumgüterwelt zurück in Frankfurt: Ambiente, Christmasworld, Creativeworld ausgebucht – überwältigende Nachfrage aus dem Ausland

**Frankfurt am Main, 24.01.2023. Die internationalen Konsumgüterleitmessen Ambiente, Christmasworld und Creativeworld sind vom 3./4. bis 7. Februar die globale Drehscheibe in Frankfurt am Main. Beste Voraussetzungen für Erfolg: 4.561 Aussteller belegen auf 352.950 Bruttoquadratmetern das gesamte Messegelände. Teilnehmer aus mehr als 160 Nationen freuen sich auf die aktuellen Innovationen und neuesten Trends.**

„Nach zwei Jahren Pandemie und vor dem Hintergrund eines laufenden Krieges in der Ukraine sind die wirtschaftlichen und politischen Rahmenbedingungen weiterhin äußerst herausfordernd – steigende Inflation und Energiekosten drücken auf die Konsumlaune. Dem stehen aber die guten Nachrichten aus den einzelnen Konsumgütermessen gegenüber. Das Frankfurter Messegelände ist mit 4.561 Ausstellern bis unters Dach ausgebucht und bietet Trends, Innovationen und neue Produktideen für den Handel aus der ganzen Welt. Beste Voraussetzungen für drei erfolgreiche Konsumgüterleitmessen in Frankfurt“, so Detlef Braun, Geschäftsführer der Messe Frankfurt.

Globale Herausforderungen fordern neue Lösungen und innovative Herangehensweisen für die weltweit vernetzte Konsumgüterbranche. Deshalb geht die Messe Frankfurt offensiv in die Zukunft mit neuen Wegen und kreativen Ansätzen. Und das in einem ganz neuen, physischen Messeerlebnis: Die drei internationalen Leitmessen finden 2023 zum ersten Mal parallel auf dem Frankfurter Messegelände statt und sorgen gemeinsam für die weltweit größte Messe-Plattform ihrer Art. Sie präsentieren dem weltweiten Handel an einem Termin im Jahr die gesamte Welt der Konsumgüter. Durch diese Neuaufstellung wird Frankfurt zum Schnittpunkt für alle Handelsformen sowie für Einkaufsentscheider aus HoReCa, Contract Business und Concept Decoration. Der Handel profitiert von einem unvergleichlichen Crossover an Produktgruppen, Themen, Segmenten und Synergien. „Die Konsumgütermessen sind wahrhaft die globale Drehscheibe mit einem neuen Rekordanteil an internationalen Ausstellern von 86 Prozent. Auch die belegten Bruttoquadratmeter sind ein neuer Spitzenwert, noch nie war das Frankfurter Messegelände quadratmetertechnisch so stark ausgebucht an einem Termin“, so Braun weiter. Dass die neue Halle 5 und die Halle 12 erstmalig gleichzeitig am Netz sind, bietet maximale Hallenkapazitäten für die Weltleitmessen der Konsumgüterbranche. Davon profitiert auch die Stadt Frankfurt. Durch die Messen wird das Wachstum angekurbelt und die lokale Wirtschaft belebt.



Die Konsumgüterwelt zurück in Frankfurt: Am 3./4. Februar 2023 starten die Ambiente, Christmasworld und Creativeworld auf dem Frankfurter Messegelände. Foto: Messe Frankfurt/Jean-Luc Valentin

Das Geschäft für Hotellerie, Gastronomie und Transportgewerbe wächst wieder. „Wir blicken zuversichtlich in das Jahr 2023 und freuen uns, dass wichtige Kongresse und Messen, wie beispielsweise die Ambiente, Christmasworld und Creativeworld, wieder ohne Einschränkungen geplant und durchgeführt werden können. Veranstaltungen dieser Art sind ein wichtiger Motor für die Wirtschaft unserer Stadt und der Rhein-Main Region. Sie tragen zur Wiederbelebung der Hotellerie und Gastronomie bei, die in den letzten drei Jahren stark gelitten haben. Von einem gestärkten Messestandort profitieren außerdem der Einzelhandel und das Kultur- und Freizeitsegment. Denn unser erklärtes Ziel ist es, dass die Besucher\*innen über den Messezeitraum hinaus auch später noch einmal privat motiviert in die Stadt kommen“, sagt Thomas Feda, Geschäftsführer der Tourismus+Congress GmbH Frankfurt am Main.

### **Märkte im Wandel**

Die Konsumgütermärkte befinden sich seit 2021 auf dem Weg aus der Krise. Seit dem Umsatz Tief 2020 geht es wieder bergauf. So wurde mit einer Wachstumsrate von +10,5 Prozent (erstmalig zweistellig) – auf das 2021 Volumen aufgesattelt. Das Gesamtvolumen steht jetzt bei allein 31,86 Mrd. Euro im europäischen Kernmarkt Deutschland. Die Lebenshaltungskosten sind stark angestiegen. Das schränkt den Spielraum für Konsumausgaben ein. Für Deutschland wird für 2023 insgesamt eine Reduzierung der privaten Konsumausgaben in Höhe von 1,9 Prozent erwartet – laut IFH Branchencommentierung. Erst 2024 ist eine Erholung in Sicht. Auch der rasante gesellschaftliche Wertewandel und die fortschreitende Digitalisierung haben zu massiven Veränderungen in der Struktur der Märkte, Absatzkanäle und Zielgruppen geführt. Seit Jahren gibt es eine Konsolidierung im Markt, die sich jetzt zu beschleunigen scheint.

### **Auf diese Aussteller können sich Besucher\*innen freuen**

Als international führende Konsumgütermesse bildet die Ambiente den Wandel im Markt zukunftsorientiert ab. Sie zeigt einen einzigartigen Mix an Ideen und Produkten – und ist die internationale Plattform, auf der man Kund\*innen aus der ganzen Welt trifft. Im Bereich Dining in den Hallen 8 bis 12 im Westgelände ist sie die große Bühne für alles, was Kochen und den Haushalt leichter und das Essen schöner macht. Aussteller wie Cristel, Dibbern, Goebel, Robbe & Berking, RAK, Rosenthal, Wächtersbach oder Villeroy & Boch Hotellerie bringen Glanz und Abwechslung auf den Tisch.



Ambiente, Christmasworld, Creativeworld ausgebucht – überwältigende Nachfrage aus dem Ausland  
Foto: Messe Frankfurt/Jean-Luc Valentin

Ambiente Living wird in den Hallen 3.0 und 3.1 erneut der internationale Treffpunkt für Interior Design und bildet die angesagten Einrichtungsströmungen mit den wichtigsten Ausstellern und Produkten ab. Aussteller wie Alessi, Blomus, Gilde, Guaxs, Kare Design, Lambert, Schlittler oder Stelton präsentieren die aktuellen Neuheiten.

Auch Ambiente Giving geht mit synergiereichen Neuerungen an den Start: Im neuen Bereich Urban Gifts & Stationery finden Besucher\*innen in der Halle 4.2 trend- und designorientierte Geschenke, schnelldrehende Produkte, dekorative Accessoires, Schreibgeräte, Grußkarten, Taschen und persönliche Accessoires bei Artebene, AvanCarte, BSB Obpacher, Diplomat, Goldbuch, Kaweco oder Perleberg – und moderne Geschenkartikelanbieter wie Cedon Museums Shops, Izipizi, Mark's Europe oder Troika.

Direkt angrenzend präsentiert sich der ebenfalls neue Produktbereich Gift Ideas & School in der Halle 6.2 mit dekorativen und klassischen Geschenkartikeln, Souvenirs, traditionellem Handwerk und Accessoires zeigen Aussteller wie Accentra, Cepewa, Sheepworld, Enesco, Modern Times, Polyflame, Nostalgic Art und Zöller & Born die Trends der Saison. Im neu hinzugefügten Bereich School präsentieren Aussteller wie Erich Krause, Gabol, Patio, Sportandem, Statovac oder Zipit ihre Highlights.

Der neue Bereich Ambiente Working mit der Sonderpräsentation Future of Work stellt in der Halle 3.1 Einrichtungsdesign und moderne Lösungen für Büro- und Arbeitsräume, Co-Working Spaces als auch für das (mobile) Arbeiten von zu Hause vor.

Der Produktbereich Office in der Halle 4.2 ist die neue Heimat für internationale Anbieter von Büroausstattung, -bedarf und -technik. Aussteller wie Durable, Herma, HSM und Novus Dahle sind perfekt eingebettet in die sich ergänzenden Bereiche Ambiente Living und Giving. Office ergänzt so zum einen mit seinem gewerblichen Bürobedarf das Contract Business-Angebot für die Ausstattung großer Objekte im Living-Bereich, zum anderen die Sortimente für den Einzelhandel im Giving-Bereich – mit Produkten für Schreibtisch, hochwertige Papier- und Schreibwaren, Schulbedarf sowie Geschenkartikel.

Einkäufer\*innen finden das Produktsegment Remanexpo im Congress Center mit wiederaufbereiteten Druckerverbrauchsmaterialien und -komponenten, Druckerhardware und -software sowie Umwelt- und Entsorgungsprodukte. Aussteller wie Static Control, Pedro Schöller Print Service, Cross Imaging und General Machines präsentieren die neuesten Techniken.

## **Christmasworld und Creativeworld komplettieren das Angebot des One-Stop-Shops**

Die Erfolgsformate Ambiente, Christmasworld und Creativeworld werden mit zukunftsorientierten Produktgruppen ausgebaut und in ihren Konzepten weiterentwickelt und somit für die Zukunft aufgestellt.

Für die Christmasworld, Leitmesse für Dekoration und Festschmuck, sind Topmarken wie Blachere, Boltze, Duni, Edelman, Exotica Cor Mulder, Gnosjö Konstsmide, Goodwill, G. Wurm, Hoff-Interieur, Inge's Christmas Decor, Kaemingk und Koopman mit dabei. Neu hinzu kommen Stationery-Hersteller für Bänder und Verpackungen wie Francesco Brizzolari, Saul Sadoch oder Zöllner-Wiethoff. Damit wird die Christmasworld ab 2023 durch das hochattraktive Produktsortiment der Geschenkverpackung ergänzt.

Auch bei der Creativeworld, der internationalen Leitmesse für den Hobby-, Bastel- und Künstlerbedarf, sind alle Leuchttürme und Marktführer aus allen Produktsegmenten mit von der Partie, darunter zum Beispiel Clairefontaine, F.I.L.A. Gruppe, Folia, Kreul, Kuretake, Marabu, Rayher, Royal Brush, Royal Talens, Schmincke und Staedtler. Die Aussteller zeigen innovative Artikel für das kreative Hobby, Materialien für Grafik und Künstlerbedarf, Kunsthandwerk und Textildesign sowie Graffiti und Street Art. Zum ersten Mal bereichern auch Produkte für das kreative Schreiben und Zeichnen das Angebot. Zahlreiche klassische Schreibgerätehersteller bauen ihr Produktportfolio in Richtung Kreativmaterialien aus, daher ist der gemeinsame Auftritt unter dem Dach der Creativeworld ein für den Markt logischer Schritt. Zu den neuen Ausstellern zählen zum Beispiel Centropen, Schneider Schreibgeräte oder der Schreibgerätehersteller Stylex.

## **Global Sourcing**

Facheinkäufer\*innen von großen Volumina finden darüber hinaus im neuen gebündelten Global Sourcing Bereich ein weltweit einzigartiges Angebotsspektrum von industriell bis hin zu handwerklich gefertigter Ware. Auf insgesamt sechs Hallenebenen in den Hallen 10 und 11.1 präsentieren Gemeinschaftsstände und Individualaussteller aus Asien, Südamerika, Afrika und Osteuropa ihre Neuheiten. Durch die Parallelität steht somit erstmalig das globale Sourcing Angebot von Ambiente und Christmasworld zusammen im Fokus. „Die größte Sourcing Plattform außerhalb Chinas wird Anfang Februar in Frankfurt am Main zugänglich sein – hier gibt es keine Reisebeschränkungen“, erläutert Philipp Ferger, Bereichsleiter Consumer Goods Fairs. Prominente Teilnehmer wie World Trade Fair Organisation (WFTO) oder Centre for the Promotion of Imports from Developing Countries (CBI), stellen spannende, nachhaltige Projekte aus aller Welt vor.

## **Metathemen und Trends verschaffen den entscheidenden Informationsvorsprung**

Neben den Ambiente, Christmasworld und Creativeworld Trends, die vom Stilbüro bora.herke.palmisano im Auftrag der Messe Frankfurt entwickelt werden und in eindrucksvollen Präsentationen die wichtigsten Strömungen, Trends und Neuheiten inszenieren, erwarten die Besucher\*innen vielfältige weitere Highlights. „Dabei spielen die Metathemen der Konsumgüterbranche, allen voran Nachhaltigkeit, aber auch Lifestyle und Design, New Work und die Digitalisierung des Handels im Rahmenprogramm aller drei Messen eine tragende Rolle. Sie sind überall auf dem Gelände präsent und bieten vielfältige Inspirationsmöglichkeiten. Dabei sind unsere Bestrebungen neue Perspektiven für den Handel zu schaffen, Angebot und Nachfrage auf neue Art und Weise zusammen zu bringen und so das Geschäft zwischen Hersteller und Einkäufer\*in zu beleben und zu fördern“, sagt Julia Uherek, Bereichsleiterin Consumer Goods Fairs.

Zusätzlich führt das kuratierte Special Interest Ethical Style gezielt Angebot und Nachfrage zum Metathema Sustainability über alle drei Messen hinweg zusammen und rückt mit vier Ethical Style Spots das Thema Nachhaltigkeit noch stärker in den Fokus als bisher. Die Sonderpräsentation „Circular Materials in Future Dining“ inszeniert Materialentwicklungen auf Basis von organischen Reststoffen oder Alternativen für energieintensive Materialien im Bereich der Tischkultur. Im direkten Umfeld von Ambiente Dining präsentieren namhafte und starke Onlinemarken wie Ebay, EK Service Group, Kaufland Global Marketplace, nmedia und Interxion ihre digitalen Lösungen und Services für den Handel, um aufzuzeigen wie das digitale Geschäft neben dem stationären Handel erfolgreich entwickelt und betrieben werden kann.

Wie mit saisonaler Dekoration das Erlebnis am Point of Sale gesteigert werden kann zeigt die Präsentation Decoration Unlimited auf der Christmasworld. Dabei steht der Wow-Effekt im Zentrum. Diesmal lautet das Motto Down to Earth.

Weiterhin ist die Nachwuchsförderung ein wichtiges Thema der Ambiente. Mit den Sonderpräsentationen Talents, Solutions, Next und das auf deutsche Beteiligung ausgerichtete BMWK-Areal dreht sich alles um Start-Ups, junge Designer\*innen oder interessante Produktneuheiten. Auch hier spielt Nachhaltigkeit eine wichtige Rolle.

### **Wissen ermöglicht Zukunft**

Fünf Academies machen mit Topreferent\*innen fit für die Herausforderungen der Zukunft – hierzu zählt die Conzoom Solutions Academy sowie die Future of Work Academy, die HoReCa Academy, die Creative Academy und die Remanexpo Academy in ihren jeweiligen Hallenebenen. Im Future of Work-Areal der Ambiente erleben die Fachbesucher\*innen, wie die Welt des Arbeitens in Zukunft aussieht und welche Produkte im Mittelpunkt stehen. Hier befindet sich auch die Future of Work Academy mit spannenden Fachvorträgen zu Themen rund um das Metathema New Work.

### **Smarte digitale Erweiterungen**

„Unser Ziel ist es, die Veranstaltungen über das ganze Jahr zu einem exklusiven und ganzjährigen B2B-Hub werden zu lassen und damit die Verzahnung von real und digital durch weitere digitale Services zu erweitern. An 365 Tagen im Jahr steht zum Beispiel die Online-Ausstellersuche mit allen relevanten Produkt- und Herstellerinformationen zur Verfügung. Eines meiner ganz besonderen Highlights und unsere Antwort auf die digitale Zukunft der Messen ist die Digital Extension. Diese steht allen Teilnehmer\*innen für ein smartes wie effizientes Matchmaking bereits vor unseren Veranstaltungen zur Verfügung“, sagt Uherek. Über die Digital Extension parallel zu den Leitmessen vor Ort können Besucher\*innen physisch, hybrid oder rein digital teilnehmen. Das heißt, sie können sowohl live dabei sein als auch vorher, währenddessen und im Nachgang online netzwerken und die Aussteller-Highlights erleben. Aussteller nutzen die Matchmaking-Plattform, um ihre Produkte vorzustellen und sich in Videocalls oder Live-Streams direkt mit Besucher\*innen zu vernetzen. Die Digital Extensions stehen bereits vor Messebeginn zur Verfügung, um das eigene Unternehmens- oder Einkäuferprofil zu erstellen, auf Kontaktsuche zu gehen und Termine zu vereinbaren. Gleichzeitig bleibt die Plattform auch nach der Veranstaltung noch einige Zeit zugänglich. So wird ein optimales Nachmessegeschäft ermöglicht und bietet die Chance, auch im Nachhinein wichtige Geschäftskontakte zu knüpfen.

Die neue Plattform nmedia.hub (früher Nextrade) für das digitale Ordergeschäft optimiert noch weiter die Bestellmöglichkeiten. Conzoom Solutions, die Informationsplattform für den Handel, greift die Messethemen gezielt auf und vertieft sie das ganze Jahr mit Interviews, Videos oder Podcasts. Die unterjährigen Online-Events mit Topreferent\*innen aus der Branche verkürzen die Zeit bis zum nächsten realen Austausch. So werden Aussteller und Besucher\*innen vor, während, nach der Messe und das ganze Jahr über informiert und vernetzt.

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

Ambiente/Christmasworld: 3. bis 7. Februar 2023

Creativeworld: 4. bis 7. Februar 2023

#### **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](http://www.facebook.com/ambientefair) | [www.twitter.com/ambiente](http://www.twitter.com/ambiente)

[www.instagram.com/ambientefair](http://www.instagram.com/ambientefair) | [www.ambiente-blog.com](http://www.ambiente-blog.com)

[www.linkedin.com/company/ambientefair](http://www.linkedin.com/company/ambientefair)

[www.facebook.com/christmasworld/](http://www.facebook.com/christmasworld/) | [www.instagram.com/christmasworld.frankfurt/](http://www.instagram.com/christmasworld.frankfurt/)

[www.linkedin.com/company/christmasworldfrankfurt](http://www.linkedin.com/company/christmasworldfrankfurt) | <https://twitter.com/ChristmasworldF>

[www.facebook.com/creativeworld.frankfurt](http://www.facebook.com/creativeworld.frankfurt) | [www.instagram.com/creativeworld.frankfurt/](http://www.instagram.com/creativeworld.frankfurt/)

[www.linkedin.com/company/creativeworldfrankfurt](http://www.linkedin.com/company/creativeworldfrankfurt) | <https://twitter.com/Creativeworld>

#### **Hashtags:**

#ambiente23 #ambientefair #welcomehome

#christmasworld23 #welcomehome #christmasbusiness

#creativeworld23 #welcomehome #creativeindustry

**Ihr Kontakt:**

Patricia Fritzsche

Tel.: +49 69 75 75-6087

Patricia.Fritzsche@messefrankfurt.com

Messe Frankfurt Exhibition GmbH

Ludwig-Erhard-Anlage 1

60327 Frankfurt am Main

[www.messefrankfurt.com](http://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](http://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](http://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](http://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 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.

[nmedia.solutions](https://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](https://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](https://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](https://www.messefrankfurt.com)

\* vorläufige Kennzahlen 2022