

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

christmasworld

Decoration Unlimited: Down to Earth, Foyer 5.1/6.1 schafft mit Elementen aus der Natur ein besonderes Einkaufserlebnis

Frankfurt am Main, Oktober 2022. In Zeiten voller Unsicherheiten und sinkender Konsumlaune spielt die Schaufenster- und Ladendekoration am Point of Sale eine herausragende Rolle – sie kann zugleich beruhigen, anregen und somit wieder mehr den Blick für schöne Produktwelten öffnen. Die Niederländischen Experten für den effektvollen Auftritt Rudi Tuinman und Pascal Koeleman von 2dezn zeigen in ihrer Sonderpräsentation Decoration Unlimited unter dem Motto „Down to Earth“, wie dies mit festlicher und saisonaler Dekoration funktionieren kann.



Die Sonderpräsentation „Decoration Unlimited: Down to Earth“ auf der Christmasworld im Foyer 5.1/6.1 inspiriert Facheinkäufer zu mehr Wow-Erlebnis am POS – diesmal mit einer feinfühligem Auswahl an dekorativen Elementen in Erdtönen.

„Was wir zukünftig für eine wohltuende Einkaufsatmosphäre brauchen, sind Licht und warme, erdige Farben“ – das ist der Ansatz des kreativen Duos, den sie auf der kommenden Christmasworld vom 3. bis 7. Februar 2023 im Foyer 5.1/6.1 in einer hochemotionalen Sonderschau mit den Produkten der Aussteller realisieren werden. „Menschen sehnen sich danach, Zeit draußen in der Natur in den Bergen oder an einem See zu verbringen, um der Hektik des Alltags und der angespannten Nachrichtenlage zu entfliehen. Mit unserer Sonderpräsentation „Down to Earth“ holen wir sie in das Zentrum der Erde und verzaubern mit den Elementen und Farben der Natur“, sagt Rudi Tuinman, Designer 2dezn. Steine, Sand, Felsen, Pflanzen oder Blumen werden eine tragende Rolle spielen, genauso wie Erdtöne wie Beige, Kamel, Ziegel, Braun oder Terra. Für den weihnachtlichen Look sorgen Gold und Kupfer. Und für Dekorationen, Prints oder Florales kommt ein frisches Orange hinzu. Für Kund*innen am POS kann damit in der

Schaufenster- und Ladengestaltung eine wohltuende Einkaufsatmosphäre geschaffen werden, die wieder zum Entdecken und Kaufen anregt.

„Der ausgewählte, feinsinnige Mix aus weihnachtlicher und saisonaler Dekoration sowie frischen Pflanzen und Blumen trifft den Nerv der Zeit und soll ganz unaufgeregt und geerdet mehr Optimismus und fröhliche Akzente an den POS bringen“, fügt Pascal Koeleman hinzu. Das niederländische Designer-Duo verbindet seit über 20 Jahren Kompetenzen aus Floristik, Produktdesign und Fashion, um prägnante Dekorationskonzepte und extravagante Präsentationen zu gestalten.

Special Interest „Concept Decorations“ führt zu weiteren starken Eye-Catchern

Darüber hinaus finden Messebesucher*innen, die auf der Suche nach professionellen Anbietern für Groß- und Außenflächendekorationen – beispielsweise von Shoppingcentern, Innenstädten oder Hotels – sind, mit der Special Interest Markierung „Concept Decorations“ schnell den richtigen Geschäftspartner. „Unsere Concept Decorations-Aussteller sind darauf spezialisiert, individuelle Konzepte zu entwickeln, die im wahrsten Sinne des Wortes aus der Masse hervorglänzen – und das natürlich nicht nur zur Weihnachtszeit“, sagt Eva Olbrich, Leiterin Christmasworld und Creativeworld.

Das Special Interest Logo erscheint in der Aussteller- und Produktsuche auf www.christmasworld.messefrankfurt.com, innerhalb der Smartphone-App „Christmasworld Navigator“, im offiziellen Messekatalog, an den „Compass“-Informationsständen auf dem Messegelände und als Signet am Messestand.

Die Christmasworld bildet in den Frankfurter Messehallen 4.0, 4.1, 5.0, 5.1, 6.0 und 6.1 die gesamte Bandbreite der saisonalen Dekoration ab. Von der mundgeblasenen Weihnachtsbaumkugel bis zur großflächigen Lichtinszenierung für Shoppingcenter und Innenstädte – alles ist für die Besucher*innen schnell erreichbar. Das Global Sourcing Angebot „Christmas & Seasonal Decoration“ ist in Halle 10.0 zu finden – gebündelt mit den Global Sourcing Angeboten der Ambiente.

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

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

Hinweis für Journalisten:

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 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