

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

christmasworld

Christmasworld 2023 auf Erfolgskurs

Frankfurt am Main, Mai 2022. Gute Aussichten für die Christmasworld 2023: Nach Ablauf des Frühbucherrabatts ist der Zuspruch seitens der ausstellenden Firmen der internationalen Leitmesse für saisonale Dekoration und Festschmuck so überwältigend, dass die vorgesehene Geländebelegung optimiert wird. Außerdem begrüßen die Firmen die erstmalige Parallelität zur Ambiente, die ihnen zusätzliche Geschäftspotenziale eröffnet.

Das Motto „Elevate your business“ der kommenden Christmasworld vom 3. bis 7. Februar 2023 bringt zum Ausdruck, dass das Live-Erlebnis ganz entscheidend ist, wenn es darum geht, Geschäftsbeziehungen auf ein vertrauensvolles Level zu heben. Darin sind sich die Aussteller*innen einig. Noch dazu ist die Christmasworld die perfekte Bühne, um mit weihnachtlichen und festlichen Dekorationen den Erfolgsfaktor Erlebnis am Point of Sale zu inszenieren. Die Vorfreude der Aussteller*innen, sich endlich wieder mit Bestandskund*innen und potentiellen Neukund*innen aus aller Welt auf ihrer Leitmesse persönlich auszutauschen, ist groß. Dementsprechend positiv sehen die Rückmeldungen zur Messe aus. Nach wie vor ist der Wunsch nach überproportional großen Standplatzierungen für eine emotionale Inszenierung ungebrochen und hält trotz Pandemie an.

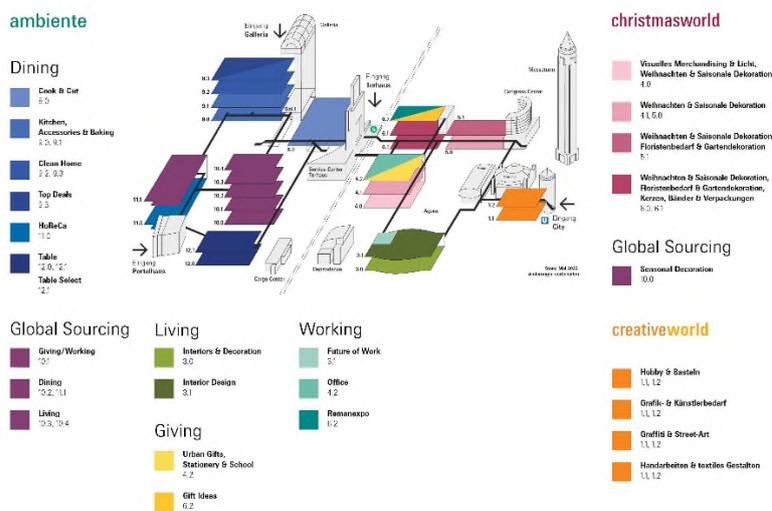


Die Christmasworld bietet der internationalen Konsumgüterbranche vom 3. bis 7. Februar 2023 das lang ersehnte physische Live-Messeerlebnis, das Geschäftsbeziehungen nachhaltig festigt. Bild: Messe Frankfurt / Rui Camilo.

„Wir freuen uns riesig über die anhaltend überwältigende Resonanz unserer Christmasworld-Aussteller*innen und sind dankbar für das große Vertrauen aus dem

Markt. Mit dem sehr guten Rücklauf der Registrierungen und dem umfangreichen Feedback aus den Branchen haben wir noch einmal die Planung der Angebotsbereiche optimiert, sodass alle eine perfekte Standplatzierung für die Produktpräsentation erhalten“, sagt Eva Olbrich, Leiterin Christmasworld und Creativeworld. Die Christmasworld präsentiert sich aufgrund der großen Nachfrage im kommenden Jahr in den Hallen 5.0, 5.1, 6.0, 6.1 und neu zusätzlich in den Hallen 4.0 sowie 4.1. Hier finden die Produktgruppen Visuelles Merchandising & Licht sowie Weihnachten und saisonale Dekoration ihr neues Business-Zuhause.

„Damit bieten wir diesmal im Ostgelände einen äußerst kompakten wie attraktiven internationalen Produktmix in allen Produktbereichen. Von der mundgeblasenen Weihnachtsbaumkugel bis zur großflächigen Lichtinszenierung für Shoppingcenter und Innenstädte – alles ist für die Besucher*innen schnell erreichbar. Wir denken kurze Wege für unsere Fachbesucher*innen konsequent mit. Außerdem sorgen wir für eine synergiereiche Nähe zu den ergänzenden Produktwelten der Ambiente“, ergänzt Olbrich. So finden die Christmasworld-Fachbesucher*innen zusätzlich in der direkt angrenzenden Halle 6.2 zum Beispiel den Ambiente Giving-Bereich mit klassischen Geschenkartikeln (Gift Ideas). In die Halle 4.2 ziehen die modernen Geschenkartikel (Urban Gifts) sowie der klassische Bedarf für Schule, Schreibwaren und Grußkarten (Stationery & School) ein. Umgekehrt profitieren die Christmasworld-Aussteller*innen von den vielfältigen Besucherströmen der Ambiente.



2023 zieht die Christmasworld auf das Ostgelände in die Hallen 5.0, 5.1, 6.0, 6.1 – neu hinzu kommen jetzt die Halle 4.0 und 4.1. Grafik: Messe Frankfurt.

„Es wird großartig sein, die Kund*innen wieder persönlich zu treffen und die neue Kollektion in Frankfurt zu präsentieren. Ich denke, die Synergie von Christmasworld und Ambiente wird diese Veranstaltung zum wichtigsten Event des Jahres für unser Geschäft machen“, bestätigt **Mart Haber**, Shishi AS, Estland. Diesem Tenor schließt sich **Christina Mouchali**, Fotodiastasi, aus Griechenland an: „Mit unserem Produktportfolio an Lichtdekorationen für Einkaufszentren und Innenstädte haben wir auf der Christmasworld in Frankfurt immer wieder unglaublich viele neue internationale Kund*innen aus aller Welt erreichen können. Der direkte Kontakt vor Ort ist durch nichts zu ersetzen. Außerdem leben unsere Lichtinstallationen vom Live-Erlebnis. Von der Kombination mit der

Ambiente versprechen wir uns noch mehr neues Kundenpotenzial – vor allem aus dem Bereich HoReCa/Hospitality. Deshalb begrüßen wir diese Innovation.“

Aussteller*innen und Verbände freuen sich auf das Messe-Comeback

Neue Produkte anfassen, Trends hautnah erleben und sich mit Geschäftspartner*innen persönlich treffen – das alles ist nach der Pandemieerfahrung und den weiter zunehmenden Herausforderungen im Markt wichtiger denn je. Außerdem benötigt die Branche den Austausch zu den wichtigsten Metathemen wie Nachhaltigkeit, New Work, Design, Lifestyle, Future Retail und Digital Expansion of Trade, die zukünftig alle Handelsformen bewegen werden. Neue Impulse sind hier gefragt, die über das Rahmenprogramm über Sonderflächen, Vorträge oder Workshops aktiv angeregt werden.

Vor diesem Hintergrund sehen auch die Verbände im Besuch der Christmasworld einen großen Mehrwert für ihre Mitglieder: „Nirgendwo sonst erhalten wir an einem Ort und zu einem Zeitpunkt einen so guten Überblick über die Branche. Natürlich waren wir zwischenzeitlich viel auf Showrooms unterwegs, aber das ersetzt nicht die Messe, denn hier sieht man die Welt, das heißt, die Inspiration ist immens und man genießt umso mehr den persönlichen Austausch und das haptische Produkterlebnis – darauf freue mich ganz besonders. Mit der Ambiente im Gepäck sind wir gespannt auf zusätzliche Zielgruppen“, betont **Martina Mensing-Meckelburg**, Präsidentin Verband Deutscher Garten-Center e.V.

Die neue Messekonstellation begrüßt ebenfalls **Dr. Peter Wüst**, Hauptgeschäftsführer, Handelsverband Heimwerken, Bauen und Garten e.V. (BHB): „Die Einkäufer*innen der DIY-Branche stehen aktuell enormen Herausforderungen gegenüber. Dazu zählen etwa nicht funktionierende Lieferketten, Rohstoffknappheit oder die Notwendigkeit einer weitaus höheren Anzahl von Lieferantengesprächen. In dieser Situation stellt das „Messe-Triple“ eine deutliche Erleichterung dar und schafft die Möglichkeit einer sehr effektiven Informations- und Ordermöglichkeit. Die genannten Metathemen werden Kund*innen jetzt und künftig beschäftigen. Der DIY-Handel muss und wird sich dahingehend verändern – dazu braucht es neben vertrieblicher Kompetenz die geballte Kraft der Innovation auf Produkt- und Informationsseite, für die der Messeverbund steht.“

Zum Thema Metathemen schließt sich **John W. Herbert** vom European DIY Retail Association (EDRA) und Global Home Improvement Network (GHIN) an und gibt abschließend einen positiven Ausblick auf die Branchenentwicklung. „Einfach jedes Einzelhandelsunternehmen ist auf der Suche nach Produkten, die zu den sechs Metathemen der Veranstaltung passen. Es ist eine großartige Idee, Ambiente, Christmasworld und Creativeworld zusammenzuführen, denn in vielen Unternehmen haben alle drei Messen die gleichen Chefeinkäufer*innen. Außerdem haben diese Produktkategorien seit der Pandemie an Relevanz gewonnen, da die Verbraucher*innen weltweit ihr Zuhause wiederentdeckt haben. Der allgemeine Konsens ist, dass diese Kategorien in Zukunft überdurchschnittlich gefragt sein werden.“

Zu den bereits angemeldeten Aussteller*innen zählen AM-Design, Arpimex, Blachere, Boltze, Christmas Inspirations, Cor Mulder, Decostar, DPI, Due Esse, Edelman, EDG, Fotodiastasi, Gasper, Goodwill, Heembloemex, Hoff, Ido, Kaemingk, Koopman, Lotti, Räder, RBR Light, Riffelmacher, Shishi, Timstor, Voss und Wiedemann. Auch die neuen PBS-Anbieter für Verpackungen und Bänder wie Francesco Brizzolari, Saul Sadoch oder Zöwi freuen sich, bei der Christmasworld dabei zu sein.

Mit ihren Sortimenten erreichen die Aussteller*innen Facheinkäufer*innen der unterschiedlichsten Handelsformen. Von der kleinen Geschenkboutique bis zum Shoppingcenter, vom DIY- und Baumarkt bis zum Möbel- und Einrichtungshaus, von Florist*innen bis zum Gartencenter und Vertreter*innen der Kommunen und Städte sowie Hotellerie oder Visual Merchandising suchen und finden Inspiration auf der Christmasworld.

Entscheidender Faktor bei der Inspiration bleibt das physische Erlebnis, das 2023 klar im Fokus steht – und weiterhin vor und nach der Messe sinnvoll digital ergänzt wird. „Als Großhändler sind wir Teil der treibenden Kraft hinter der Einzelhandelskette. Unser Produkt, die Weihnachtsdekoration, wird von den Messebesucher*innen idealerweise in physischer Präsenz betrachtet. Auf der Christmasworld versuchen wir immer, einen kreativen Funken zu entfachen, der in den Geschäften unserer Kund*innen zu einem magischen Einkaufserlebnis führt“, bringt es **Michel Gozeling**, CEO, Christmas Inspirations B.V., Niederlande auf den Punkt.

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 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 - der digitale Marktplatz

Das digitale Order- und Datenmanagement Nextrade für Lieferanten und Händler der Konsumgüterbranche verlängert die Messe und ermöglicht Bestellungen zu jeder Tages- und Nachtzeit an 365 Tagen im Jahr:

www.nextrade.market

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 ist die weltweit größte Messe-, Kongress- und Eventveranstalterin mit eigenem Gelände. Zum Konzern gehören rund 2.300* Mitarbeitende im Stammhaus in Frankfurt am Main und in 30 Tochtergesellschaften weltweit. Das Unternehmen hat im Jahr 2021 zum zweiten Mal in Folge mit den Herausforderungen der Pandemie zu kämpfen. Der Jahresumsatz wird rund 140* Millionen Euro betragen, nachdem vor der Pandemie im Jahr 2019 noch mit einem Konzernumsatz von 736 Millionen Euro abgeschlossen werden konnte. Auch in den schwierigen Zeiten der Corona-Pandemie sind wir mit unseren Branchen international vernetzt. Die Geschäftsinteressen unserer Kund*innen unterstützen wir effizient im Rahmen unserer Geschäftsfelder „Fairs & Events“, „Locations“ und „Services“. Ein wesentliches Alleinstellungsmerkmal der Unternehmensgruppe ist das globale Vertriebsnetz, das engmaschig alle 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. Unsere digitale Expertise bauen wir um neue Geschäftsmodelle aus. 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

* vorläufige Kennzahlen 2021