

ambiente christmasworld creativeworld

Messtrio auf Erfolgskurs: Ambiente, Christmasworld und Creativeworld verzeichnen neue Rekordwerte

Frankfurt am Main, 26.01.2024. Noch größer, noch effizienter, noch inspirierender zeigen sich die Ambiente, Christmasworld und Creativeworld vom 26./27. bis 30. Januar in Frankfurt. Mit über 360.000 Bruttoquadratmetern belegen die drei internationalen Konsumgüterleitmesse so viel Fläche wie noch nie eine Veranstaltung zuvor auf dem Frankfurter Messegelände. 4.928 Aussteller präsentieren die neusten Trends und innovativsten Produkte.¹ Der One-Stop-Shop der Konsumgüterbranche mit 170 Teilnehmernationen bietet gerade jetzt als größte und internationalste Netzwerk- und Orderplattform Chancen in herausfordernden Zeiten – und setzt auf die Metathemen Design, Digitalisierung, New Work und Nachhaltigkeit.

„Das Event der Superlative bestehend aus Ambiente, Christmasworld und Creativeworld ist einer der entscheidenden Treiber für den weiteren Wachstumskurs der Messe Frankfurt. Das Messtrio ist seit Monaten komplett ausgebucht – das Frankfurter Messegelände ist bis auf den letzten Quadratmeter belegt. 4.928 Aussteller präsentieren Trends und Innovationen auf einer unglaublichen Fläche von über 360.000 Bruttoquadratmetern – das gab es noch nie! Das wird Hochleistungssport für alle Teilnehmenden aus 170 Nationen, unsere Kund*innen, die Messe Frankfurt und die Stadt Frankfurt“, begann Detlef Braun, Geschäftsführer der Messe Frankfurt, die internationale Pressekonferenz zur Eröffnung der drei Konsumgüterleitmesse in Frankfurt. „Aber nicht nur Größe, sondern auch Effizienz, Inspiration, Wissensvermittlung und Internationalität sind entscheidende Stellschrauben für langfristigen Geschäftserfolg aller Branchenteilnehmenden. Getreu dem Motto ‚Celebrating Business Together‘ sorgen die drei Weltleitmesse zusammen für maximal mögliche Impulse und Neukontakte. Das gibt es nur hier in Frankfurt“, so Braun.

Das Leitevent der Branche

Gerade jetzt ist die internationale Stärke der Messe Frankfurt mit ihren wichtigen Branchenmesse als Hoffnungsträger einer globalen Branche von großer Bedeutung. Die Konsumgüterwelt befindet sich im Umbruch und es kommt zu Unsicherheiten im Markt und bei den Verbraucher*innen – sei es durch hohe Inflationsraten, der Energiekrise oder den lokalen Krisenherden mit globalen Auswirkungen. Austausch, Orientierung, neue Lösungen sowie Inspiration für Handel und Industrie sind gefragter denn je. „Genau daran knüpfen wir an und gestalten den Wandel im Markt aktiv mit: Als Treiber und Impulsgeber, Bühne und Schaufenster für neue Ansätze und Lösungen. Das Messtrio vereint Angebot und Nachfrage auf internationalem Niveau, liefert Inspiration, fördert persönliche

¹ Gesamtzahlen im Vergleich zu 2023:
4.534 Aussteller, 628 Inland / 3.906 Ausland (=86% international)

Begegnungen und Neukontakte, schont dabei die Ressourcen und steigert die Effizienz. Für 2024 haben wir aktiv in den Markt reingehört, gehen gezielter auf dessen Bedürfnisse ein und eröffnen neue Wachstumspotenziale“, ergänzte Philipp Ferger, Bereichsleiter Consumer Goods Fairs Messe Frankfurt, in seiner Eröffnungsrede. Wie das gelungen ist? Die Stichworte lauten Effizienz und Optimierung: Allein für das Zukunftsfeld Ambiente Working wurden drei zusätzliche Hallenebenen im Forum und der Festhalle aktiviert. Als völliges Novum etabliert sich das Kap Europa als Ort für Veranstaltungen und Preisverleihungen. Zusätzlich wurde die Fläche in den Hallen verdichtet, um Ausstellern mehr Platz für eine Warenpräsentationen in Breite und Tiefe zu bieten. Zu diesem Ziel wurde auch der Bereich Global Sourcing ausgebaut und gestärkt. „Pro Messe sind die wichtigen globalen Player an Bord – und nutzen die Bühne, die wir hier in Frankfurt bieten. Der One-Stop-Shop für die globale Konsumgüterwelt bündelt erneut das gesamte Branchen-Know-how: Hier werden die Trends und Branchenthemen gesetzt und an einem Ort und zu einem Zeitpunkt noch mehr internationale Geschäftskontakte vernetzt. Für 2025 nehmen wir eine weitere Optimierung auf Wunsch der Branchenbeteiligten vor: Die Creativeworld startet im kommenden Jahr zeitgleich mit der Ambiente und der Christmasworld am Messesfreitag, läuft jedoch weiterhin für vier Tage“, so Ferger.

Maßgeschneidertes Rahmenprogramm: Nachhaltigkeit wichtiger denn je

Die Ambiente, Christmasworld und Creativeworld bieten Orientierung in einer sich immer schneller drehenden Konsumgüterlandschaft – die besonders von Digitalisierung, Nachhaltigkeit und New Work geprägt und verändert wird. Diese Zukunftsthemen ziehen sich wie ein roter Faden durch die Messehallen. „Wir gehen mit einem optimierten, konkret zugeschnittenen Rahmenprogramm an den Start – mit Thementagen, die die Bereiche Digital Retail, Nachhaltigkeit und New Work noch stärker abbilden und die Besucher*innenströme gezielt bedienen. In unseren fünf Academies wartet ein maßgeschneidertes Programm an allen Messetagen, mit Möglichkeiten zum Austausch, mit Topreferent*innen und wertvollem Fachwissen für jede Zielgruppe“, erklärte Julia Uherek, Bereichsleiterin Consumer Goods Fairs Messe Frankfurt, im Gesprächspanel im Anschluss an die Eröffnungsreden. Dabei ist vor allem das Thema Nachhaltigkeit nicht mehr nur optional: „Nachhaltigkeit ist ganz klar DAS Thema der Zukunft. Mit unseren Konsumgütermessen sind wir Vorreiter im Markt – als der Handelsplatz für nachhaltige Konsumgüter. Wir möchten das Thema mit all unseren Angeboten – on site und online – sichtbar machen, ausbauen und stetig vorantreiben. Wir freuen uns daher sehr, dass wir in diesem Jahr erneut noch mehr Aussteller für unser Nachhaltigkeitsprogramm Ethical Style gewinnen konnten. Gemeinsam mit ihnen möchten wir den Wandel und ein Umdenken hin zu einer nachhaltigeren Konsumgüterbranche bewirken“, betonte Uherek. Das nachhaltige Kundenführungsprogramm Ethical Style kennzeichnet ethisch sowie umweltfreundlich produzierende Unternehmen und führt Angebot und Nachfrage gezielt zusammen. Zwei Ethical Style Spots auf dem Gelände liefern zudem Inspirationen für die Gestaltung nachhaltiger Sortimente am POS.

Neue Design-Highlights im Rampenlicht

Für ein inspirierendes Live-Messeerlebnis sorgt die Ambiente Designerin 2024: Die Mailänder Produktdesignerin und Künstlerin Elena Salmistraro entwarf mit ihrer kreativen Sonderpräsentation einen wahren Eyecatcher: „The Lounge – A Serious Game“ stellt einen öffentlichen Raum an der Schnittstelle zwischen Interior Design und HoReCa dar. In der Galleria 1 lädt Salmistraro die Besucher*innen dazu ein, in ihre farbenfrohe Welt einzutauchen und bietet einen spielerischen Ansatz für die Gestaltung öffentlicher, hybrider Räume. Neben Salmistraro sind weitere Topdesigner*innen sowie vielversprechende Talente vor Ort. Beginnend mit der Ambiente 2024 kann von nun an

jährlich ein aufstrebendes Gestaltungstalent den Titel „Ambiente Designer*in“ für sich beanspruchen und aus einer Selektion von Ausstellerprodukten eine Sonderpräsentation unter einem definierten Thema entwerfen. Damit will die Messe Frankfurt gezielt neue Geschäftspartnerschaften fördern – vor allem in den Zukunftsfeldern HoReCa und Contract Business. Passend zu Frankfurt als „World Design Capital 2026“ erfolgt der Aufbau einer Designer Community mit zahlreichen Designer*innen und jungen Talenten der Ambiente. Auf diversen Events kann sich die Community vernetzen, austauschen und auf zukünftige Auftraggeber treffen.

Zukunft Handel: nachhaltige, digitale Transformation

Ein weiteres brandaktuelles Thema beschäftigt die Branche weltweit: Die Digitalisierung ist längst angekommen in Handel und Industrie. Doch ist sie in der Alltagspraxis schon fest verankert? Antworten auf die Frage nach der Zukunft des Handels gab Alexander von Preen, Experte für digitale Transformation, CEO von Intersport Deutschland und Präsident des Handelsverbandes Deutschlands (HDE), der ebenfalls Gast der Paneldiskussion war: „Der Handel ist ein Vorreiter bei der Digitalisierung und entwickelt sich zur Technologiebranche. Von der Digitalisierung interner Geschäftsprozesse über mehr Effizienz und Resilienz der Logistik bis hin zur Umsetzung von Omnichannel-Strategien sind die Ansätze vielfältig, um das Einkaufserlebnis immer weiter zu personalisieren. Der Fokus des Handels ist es, Kund*innen auch in Zukunft zu begeistern. Doch die andauernden Krisen bremsen Investitionen aus. Viele Handelsunternehmen sind aktuell nicht in der Lage, notwendige Investitionen zu stemmen. Die Zukunftsfähigkeit des Handels zu sichern, ist daher eine große Herausforderung, der wir als Branche nur gemeinsam begegnen können“, so von Preen. Teil des Panels war zudem Mimi Sewalski, Geschäftsführerin von Avocado-Store – Deutschlands größtem, nachhaltigen Online-Marktplatz. Die Plattform bietet für jedes kommerzielle Produkt eine grüne Alternative. Händler*innen müssen strenge Kriterien erfüllen, um dort ihre nachhaltige Ware verkaufen zu dürfen. Im Panel gibt sie Händler*innen Tipps für nachhaltige Sortimente mit auf den Weg: „Weil Nachhaltigkeit oft als zu kompliziert wahrgenommen wird, trauen sich viele erst gar nicht anzufangen. Dabei zählt jeder Schritt – Kund*innen erwarten nicht Perfektionismus, sondern Transparenz!“ Daran anknüpfend erklärte Uherek: „Mit unseren Messen möchten wir daher Orientierung und Hilfestellung bieten, um nachhaltige Produkte schneller ins Sortiment und damit bei den Verbraucher*innen zu platzieren. Unser Ethical Style-Programm dient als Katalysator für Nachhaltigkeit in der Konsumgüterindustrie. Wir werden unsere Aussteller in ihren umweltschonenden Produktentwicklungen weiter unterstützen und mit unseren Messen dafür breite, internationale Bühnen bereitstellen.“

Mit digitalen Angeboten zum ganzjährigen Businesspartner

Um das Metathema Digitalisierung auf den Messen voranzutreiben und fest zu verankern, präsentieren sich wichtige Onlinemarken wie EK Retail, Kaufland und nmedia im Areal Digital Retail presented by nmedia. In der Galleria 0 stehen sie Händler*innen Rede und Antwort und bieten Hilfestellung, Informationen und spannende Möglichkeiten zu digitalen Services, die neben dem stationären auch das digitale Geschäft fördern. Neue Handelstechnologien macht erstmals auch die Sonderpräsentation „DigitalMobil Handel“ in Zusammenarbeit mit dem Mittelstand-Digital Zentrum Handel erlebbar. Vor Ort demonstrieren Technologie-Expert*innen digitale Anwendungen in der Praxis und geben erste Impulse, wie Handelsunternehmen das Einkaufserlebnis entsprechend der Kundenbedürfnisse mithilfe technologischer Lösungen weiterentwickeln können.

Die zukunftsorientierten Metathemen sind durch vielfältige digitale Angebote auch unterjährig stark präsent: Die ergänzenden Onlineplattformen wie der Retailhub Conzoom Solutions, die Orderplattform nmedia.hub, die digitale Aussteller- und Produktsuche, die Social-Media-Kanäle sowie ein smartes Matchmaking und spannende Online-Events im Rahmen der Digital Academy liefern dem Handel ganzjährig frische Impulse, einen Überblick über relevante Branchenthemen sowie die Möglichkeit zum Ordern und Netzwerken. Damit können sich Händler*innen und Lieferant*innen auch über die Messezeit hinaus vernetzen, um gemeinsam den (digitalen) Handel auszubauen und den stationären Handel zu stärken. „Die Messe Frankfurt beweist sich damit als ganzjähriger Business Enabler und als verlässlicher Businesspartner für Handel und Industrie weltweit. Wir sind die Innovationsplattform für digitale Transformation“, betonte Uherek.

Mit Conzoom Circle den globalen Konsumgütermarkt auf einen Blick

Die rund 30 Branchenevents der Messe Frankfurt im Konsumgüterbereich weltweit haben eine neue Anlaufstelle im Web: Das neue Netzwerk Conzoom Circle verknüpft erstmals alle Events online. Conzoom Circle bietet sämtlichen Akteuren im globalen Konsumgütermarkt mehr Chancen in den Bereichen *Interior, Table + Kitchen, Seasonal Decoration, Gifts / Beauty / Office, Stationery + Hobby / Kids* und *Pet Supplies*. Diese Chancen entstehen durch die Bündelung von Branchenwissen und -kompetenzen und ermöglicht so die gezielte Bearbeitung spezifischer Märkte. Dabei ist die länderübergreifende Vernetzung der Player zukunftsweisend für den Austausch und die Zusammenarbeit im Konsumgütermarkt – für Orientierung und starke Synergien.

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

Ambiente/Christmasworld: 26. bis 30. Januar 2024

Creativeworld: 27. bis 30. Januar 2024

Presseinformationen & Bildmaterial: ambiente.messefrankfurt.com/presse | christmasworld.messefrankfurt.com/presse | creativeworld.messefrankfurt.com/presse

Ins Netz gegangen:

www.facebook.com/ambientefair | www.instagram.com/ambientefair | www.ambiente-blog.com | www.linkedin.com/company/ambientefair

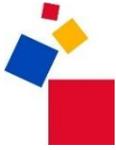
www.facebook.com/christmasworld/ | www.instagram.com/christmasworld.frankfurt/
www.linkedin.com/company/christmasworldfrankfurt

www.facebook.com/creativeworld.frankfurt | www.instagram.com/creativeworld.frankfurt/
www.linkedin.com/company/creativeworldfrankfurt |

Hashtags: #ambiente24 #ambientefair
#christmasworld24 #christmasbusiness
#creativeworld24 #creativeindustry

Hintergrundinformationen Messe Frankfurt:

www.messefrankfurt.com/hintergrundinformationen



Ihr Kontakt:

Erdmann Kilian

Tel.: +49 69 75 75-5871

Erdmann.Kilian@messefrankfurt.com

Messe Frankfurt Exhibition GmbH

Ludwig-Erhard-Anlage 1

60327 Frankfurt am Main

www.messefrankfurt.com