

Pressemitteilung

29. Januar 2019

Gelungener Saison-Auftakt: positive Stimmung bei Frankfurter Messe-Trio

Margit Herberth
Tel. +49 69 75 75-6260
Margit.herberth@messefrankfurt.com
www.messefrankfurt.com
www.christmasworld.messefrankfurt.com
www.paperworld.messefrankfurt.com
www.creativeworld.messefrankfurt.com

Die Frankfurter Konsumgütermessen Christmasworld, Paperworld und Creativeworld haben mit zukunftsweisenden Branchenthemen und aktuellen Trends die neue Geschäftssaison erfolgreich eingeläutet. 3.119 Aussteller aus 68 Ländern¹ begeistern den nationalen und internationalen Handel mit ihren Produktinnovationen rund um Dekoration und Festschmuck, Papier, Bürobedarf und Schreibwaren sowie Hobby-, Bastel- und Künstlerbedarf.

Zu den drei internationalen Leitmessen sind über 87.000 Besucher aus 161 Ländern² auf das Frankfurter Messegelände gekommen, um die Highlights und Neuheiten für ihr Geschäft live zu erleben. „Der hohe Internationalitätsgrad ist einer der entscheidenden Erfolgsfaktoren. Auch die herausragende Qualität der Besucher und der persönliche Kontakt sind Alleinstellungsmerkmale unserer Messen. Interaktivität, Emotionalisierung und die intelligente Verknüpfung zwischen der analogen und der digitalen Welt sind die wesentlichen Treiber für die kommende Geschäftssaison. Dafür setzt unser Messe-Trio die richtigen Impulse“, sagt Detlef Braun, Geschäftsführer der Messe Frankfurt.



BU: Messe-Trio Christmasworld, Paperworld und Creativeworld eröffnen erfolgreich die Geschäftssaison 2019.

Foto: Messe Frankfurt

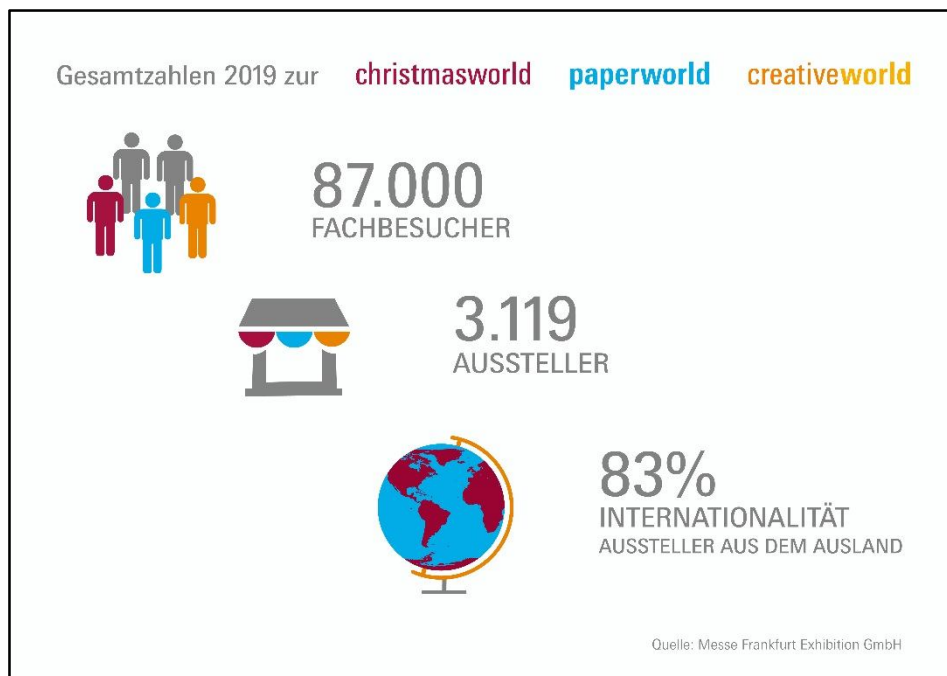
Messe Frankfurt Exhibition GmbH
Ludwig-Erhard-Anlage 1
60327 Frankfurt am Main

¹ 2018: 3.017 Aussteller aus 69 Ländern (FKM-zertifiziert / geprüft)

² 2018: 86.503 Besucher aus 160 Ländern (FKM-zertifiziert / geprüft)

Das Messe-Trio bestätigt seine Rolle als internationaler Marktplatz der Innovationen und ist eine unverzichtbare Businessplattform für den persönlichen Austausch. Dieses Konzept lockt Besucher aus der ganzen Welt nach Frankfurt am Main: Zu den Top-Besuchernationen zählen neben Deutschland auch Italien, die Niederlande, Großbritannien, die USA, Frankreich und Russland. Große Zuwächse wurden vor allem aus China und den USA verzeichnet.

„Die Internationalität der Besucher ist grandios. Wir sind sehr zufrieden mit dem Messerverlauf. Auch die Stimmung am Markt ist positiv. Wer etwas tut und sich engagiert, hat trotz oder gerade aufgrund der passenden Verbindung mit Online-Aktivitäten gute Aussichten auf Erfolg“, sagt Kathrin Völker, Geschäftsleitung Räder GmbH. Nicht nur die Internationalität, auch die Besucherstruktur überzeugt: 76 Prozent sind aus dem Top-Management. „Nach Frankfurt kommen definitiv die Entscheider“, bestätigt Kerstin Winkler, Marketing Marabu.



Einzigtiger Produktmix und Emotionalisierung beflügeln den Handel

Die Themen Dekorieren, Schenken, Schreiben und Basteln rücken im Handel und beim Endverbraucher immer näher zusammen. Hier spielen aktuell das Einkaufserlebnis am Point of Sale, Inszenierung und Beratung sowie die intelligente Verknüpfung mit dem Onlinegeschäft eine entscheidende Rolle. Dieser generelle Strukturwandel im deutschen Handel ist ein treibendes Thema der Branchen – das bestätigt auch die aktuelle Studie des IFH, die zur Messe herausgegeben wurde.

Dazu zeigen die Frankfurter Konsumgütermessen den Fachbesuchern sowohl ein weltweit einzigartiges Produktspektrum als auch zukunftsweisende Trends, um ihr Sortiment das ganze Jahr über abwechslungsreich in Szene zu setzen. „Der Handel profitiert von der starken Synergie der Themen, die er nur hier in Frankfurt gebündelt vorfindet. Das Messe-Trio ist qualitativ der Marktführer, wenn es um innovative Zukunftsthemen für die Branchen geht“, sagt Thomas Grothkopp, Hauptgeschäftsführer Handelsverband Wohnen und Büro. Dass der Handel die Christmasworld, Paperworld und Creativeworld als

Christmasworld, Paperworld,
Creativeworld
Internationale Frankfurt Messen
Frankfurt am Main, 25./26.-29.1.2019

Trendbarometer für die kommende Saison fest einplant, spiegelt sich in der Statistik der Messe, die den Fachhandel als stärkste Besuchergruppe mit rund 30 Prozent ausweist. Auch die Zufriedenheit der Besucher ist mit rund 95 Prozent weiterhin auf sehr hohem Niveau.

Natürlich, schick und edel in die kommende Saison

In diesem Jahr kann der Handel auf verschiedene Trends zurückgreifen: Schlichte Eleganz und opulenter Schick sind kein Gegensatz. Ob edle dunkle Töne in Blau und Grün kombiniert mit schimmerndem Gold oder helle Naturnuancen mit silbernen Highlights – beide Strömungen unterstreichen den urbanen Schick und geben sowohl der Weihnachtsdekoration, der DIY-Welt als auch dem Büro eine edle Note. Kombiniert werden diese Farbtrends mit nachhaltigen Produkten, natürlichen Materialien, Reduktion und einem Hauch von Exklusivität.

Paperworld bringt Eleganz und Flexibilität ins Büro

Naturverbundenheit und Nachhaltigkeit sind weiterhin angesagt. Für das moderne Büro oder den Home-Office-Arbeitsplatz zeigt die Paperworld Ordner aus Kork sowie Kalender aus handgeschöpften Papieren, die in ihrer Verarbeitung wenig Wasser benötigen. Kombiniert werden diese Produkte mit leichten Farbtönen in Beige oder auch Pastell, die dem Office einen luftigen und gleichzeitig modernen Touch verleihen. Parallel zur schlichten Eleganz spielt Flexibilität im Büro eine entscheidende Rolle. Ob Tische, die sich mit einem schnellen Handgriff in Whiteboards verwandeln lassen oder digitale Stifte und Stempel – der Trend geht ganz klar hin zu zukunftsweisenden Lösungen mit mehr Funktionalität und einer edlen Ausstattung.

Creativeworld 2019: Back to nature

Die Kreativ-Branche setzt ebenfalls auf Natürlichkeit: mit pflanzlichen und ökologischen Farben, von Blättern inspirierten Formen und erdigen Tönen. Nachhaltig hergestellte Produkte wie Pappmaché aus recycelten Zeitungen oder Farben, die aus der Natur gewonnen werden, zeugen von wachsendem Umwelt-Bewusstsein. Dazu passen die persönliche Note und ein unperfektes Finish. So bleibt die Individualisierung von Textilien mit Handlettering und Graffiti, Siebdruck oder Stempeln weiterhin beliebt. Der persönliche Stil prägt die eigenen vier Wände: Dickes Garn für Wandschmuck, Bezüge, Pflanzen-Ampeln oder liebevolle Tischdekoration in traditioneller Makramee-Technik. Auch hippe Farbdreiklänge, zum Beispiel in Pink-Gelb-Türkis, sorgen für frische und lebendige Akzente. Außerdem in diesem Jahr angesagt, ist die Mischtechnik Acrylic Pouring, deren Ergebnis an Mineralien und das Innere eines Edelsteins erinnert.

Von reduziert bis glamourös: die Christmasworld Trends

Die weihnachtliche und saisonale Dekoration umfasst eine große Spannbreite an Formen mit handwerklich aufwändigen Produkten: Weihnachtskugeln werden mit Echtgold verziert, Anhänger kunstvoll mit Perlen, Pailletten oder Federn besetzt. Außerdem kommen kulinarische Motive wie Cupcakes und Törtchen. Dabei dominieren warme Farben, die an Tiefe gewinnen: Bestimmend ist Blau in den unterschiedlichsten Schattierungen, außerdem erdige Töne wie Matchagrün sowie pudrige Rosa- und Beerentöne, kombiniert mit Gold. Bei den Materialien sind

Christmasworld, Paperworld,
Creativeworld
Internationale Frankfurt Messen
Frankfurt am Main, 25./26.-29.1.2019

nachhaltige Werkstoffe en vogue. Neben Holz spielen Baumwolle, Glas, Keramik sowie Blumen und recycelter Kunststoff eine zentrale Rolle. Echte Grünpflanzen und Orchideen, pflegeleicht und mitnahmefertig verpackt in Tüten und Töpfen aus natürlichen Materialien sorgen für zusätzliches Umsatzpotential im Handel. Auch saisonale Köstlichkeiten und Getränke, wie phantasievoll variierte Tee-Klassiker und traditionell hergestellte Süßigkeiten in bunten Verpackungen mit liebevollen Botschaften, gewinnen als „Christmas Delights“ inmitten der Christmasworld an Zugkraft.

Für emotionale Einkaufserlebnisse sorgen innovative Beleuchtungs- und Gestaltungskonzepte, die im Handel und in den Innenstädten für mehr Kundenfrequenz sorgen.

Im kommenden Jahr finden die Konsumgütermessen erneut rund um den letzten Samstag im Januar statt:

Christmasworld: 24. - 28. Januar 2020

Paperworld und Creativeworld: 25. - 28. Januar 2020

Hinweis für Journalisten:

Weitere Informationen sowie Bildmaterial finden Sie unter:

christmasworld.messefrankfurt.com/presse

paperworld.messefrankfurt.com/presse

creativeworld.messefrankfurt.com/presse

Bleiben Sie kreativ up to date mit dem Creativeworld Blog:

www.creativeworld-blog.com

Folgen Sie uns außerdem auf Facebook und erfahren Sie alle News direkt über unsere Social-Media-Kanäle.

Hintergrundinformation Messe Frankfurt

Messe Frankfurt ist der weltweit größte Messe-, Kongress- und Eventveranstalter mit eigenem Gelände. Mehr als 2.500* Mitarbeiter an 30 Standorten erwirtschaften einen Jahresumsatz von rund 715* Millionen Euro. Mittels tiefgreifender Vernetzung mit den Branchen und eines internationalen Vertriebsnetzes unterstützt die Unternehmensgruppe effizient die Geschäftsinteressen ihrer Kunden. Ein umfassendes Dienstleistungsangebot – onsite und online – gewährleistet Kunden weltweit eine gleichbleibend hohe Qualität und Flexibilität bei der Planung, Organisation und Durchführung ihrer Veranstaltung. Die Servicepalette reicht dabei 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 2018

Christmasworld, Paperworld,
Creativeworld
Internationale Frankfurt Messen
Frankfurt am Main, 25./26.-29.1.2019