

Pressemitteilung

23. Januar 2019

Ausstellerrekord: Christmasworld, Paperworld und Creativeworld vereinen erneut mehr als 3.000 Aussteller

Margit Herberth
Tel. +49 69 75 75-6260
margit.herberth@messefrankfurt.com
www.messefrankfurt.com

Die weltweit führenden Konsumgüterfachmessen Christmasworld, Paperworld und Creativeworld starten am 25./26. bis 29. Januar in Frankfurt am Main mit mehr Ausstellern und neuer Hallenstruktur ins Geschäftsjahr 2019. Gemeinsam vereinen sie 3.119 Aussteller aus 68 Ländern (Plus 3,4 Prozent)¹. Die Hersteller präsentieren ihre Trends, Innovationen und Produktneuheiten für Dekoration und Festschmuck, Papier, Bürobedarf und Schreibwaren sowie Hobby-, Bastel- und Künstlerbedarf.

„Zum zweiten Mal in Folge die 3.000er Marke zu knacken, ist ein sehr gutes Ergebnis. Angesichts der konjunkturellen Herausforderungen des Weltmarktes, beweisen sich unsere themenfokussierten Fachmessen als äußerst stabile Marktplätze der jeweiligen Branche. Mit den richtigen Top-Themen treffen wir die Bedürfnisse der Marktteilnehmer und geben dem Handel frische Impulse“, sagt Detlef Braun, Geschäftsführer der Messe Frankfurt. Dies unterstreicht auch der hohe Internationalitätsgrad von 83 Prozent.

Die Themen DIY, Dekorieren, Schenken, Schreiben und Basteln rücken im Handel und beim Endverbraucher immer näher zusammen. Hierzu liefert das Messetrio einen perfekten Marktüberblick, um das Sortiment das ganze Jahr über abwechslungsreich zu gestalten. Die Frankfurter Konsumgütermessen bieten den Fachbesuchern ein weltweit einzigartiges Produktspektrum mit zukunftsweisenden Trendprognosen sowie zahlreichen Events und Weiterbildungsprogrammen.

Neue Christmasworld wächst und setzt auf Einkaufserlebnisse und Convenience

Für Weihnachts- und Festartikel gaben die deutschen Verbraucher 2018 insgesamt 2,82 Mrd. Euro aus. Besonders beliebt ist die elektrische Weihnachtsbaumbeleuchtung mit sparsamen LEDs. Nach Hochrechnung der IFH Retail Consultants Köln ist das ein leichtes Umsatzplus von 1,1 Prozent. Somit bleibt das Umsatzniveau stabil auf sehr hohem Niveau. Gleichzeitig ist die wirtschaftliche Bedeutung des Weihnachtsgeschäfts enorm – für den Handel ist es die wichtigste Saison. Nach Angaben des Hauptverbandes des Deutschen Einzelhandels (HDE) liegt der weihnachtlich geprägte Umsatz über alle Branchen hinweg erstmals über 100 Mrd. Euro. Das Online-

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

¹ Basis: 2018: 3.017 Aussteller aus 69 Ländern (Zahlen 2018 FKM-zertifiziert - Gesellschaft zur freiwilligen Kontrolle von Messe- und Ausstellungszahlen, Berlin)

Weihnachtsgeschäft wächst um knapp 10 Prozent. Die generell steigende Bedeutung des Online-Handels bestätigt auch der neue Management Report, der in Kooperation mit den Fachmessen Heimtextil, Ambiente und Tendence auf Basis einer IFH Studie herausgebracht wurde. Er zeichnet ein aktuelles Bild vom Strukturwandel im deutschen Handel. Boris Hedde, Geschäftsführer des Instituts für Handelsforschung, betont: „Für 2019 muss der stationäre Einzelhandel vor allem den digitalen Wandel als Chance begreifen und seine Stärken ausbauen“. Dazu zählt: Das Einkaufserlebnis am Point of Sale intensivieren, Serviceleistungen erweitern und gleichzeitig intelligent mit dem Onlinegeschäft vernetzen.

„In Sachen Einkaufserlebnis haben wir mit der Christmasworld den größten Impulsgeber am Messestandort, denn sie inszeniert den Erlebnisfaktor Weihnachten und saisonale Dekoration par excellence“, erklärt Stephan Kurzawski, Geschäftsleiter, Messe Frankfurt Exhibition GmbH. Sie zeigt, wie die Magie der Inszenierung am Point of Sale durch eine erlesene Auswahl der Produkte entsteht und somit zahlreiche Verbraucher in Geschäfte sowie Innenstädte zieht und dort zum Kauf anregt.

„Mit mehr Ausstellern als je zuvor und einem neuen Hallenkonzept inklusive der modernen Halle 12, startet die Christmasworld mit Vollgas in die neue Geschäftssaison“, ergänzt Kurzawski. Insgesamt 1.089 Aussteller aus 45 Ländern (inklusive Floradecora)² beschenken der Christmasworld einen neuen Ausstellerrekord (Plus 41 Aussteller, Plus 3,9 Prozent) und bestätigen ihre Rolle als international führende Fachmesse für saisonale Dekoration und Festschmuck. Zu den Messe-Highlights zählen die „Christmasworld Trends 2019/20“ und die Sonderschau „Kinemona Vintage“ mit frischen Ideen für eine verführerische Verkaufsflächengestaltung. Neues Highlight ist der „Retail Boulevard“, der in fünf unterschiedlichen Pop-up-Stores zeigt, wie das Verkaufen von floraler und saisonaler Deko in Blumenläden, Gartencentern, Baumärkten, Supermärkten und Möbelhandel funktionieren kann. Der Kunde mag es beim Einkauf bequem und möchte mehrfach inspiriert werden. Diesem Convenience-Trend trägt auch der Produktbereich „Christmas Delights“ Rechnung, denn kulinarische Mitnahmeartikel bieten dem Handel ganzjährig zusätzliches Umsatzpotenzial. Genauso verhält es sich bei Frischblumen und Zierpflanzen, die über alle Handelsformen hinweg gefragt sind. Das Produktsegment Floradecora bietet hierzu das passende Angebot von Produzenten und Großhändlern mit Produkten aus den Niederlanden, Kenia und Ecuador.

Paperworld mit erneutem Zuwachs und Top-Thema flexibles Büro

Mit ihrem breiten und tiefen Produktangebot sowie dem impulsgebenden Rahmenprogramm ist die Paperworld die weltweit größte Fachmesse für Papier, Bürobedarf und Schreibwaren. Sie greift die Zukunftsthemen der Branche auf, zeigt neue Entwicklungschancen und macht damit Besucher und Aussteller fit für das Geschäftsjahr. Dass die Paperworld

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

² Zahlen 2018: 1.048 Aussteller aus 43 Ländern (Christmasworld inklusive Floradecora)

mit ihren Top-Themen am Puls der Zeit ist, spiegelt sich auch in den steigenden Ausstellerzahlen.

„Dass die Paperworld jetzt im zweiten Jahr in Folge wieder wächst, darüber freue ich mich besonders. 1.668 Aussteller aus 64 Ländern³ präsentieren sich an den vier Messetagen. Mit einem leichten Wachstum haben wir eine äußerst stabile Plattform – und das bei einem herausfordernden Marktumfeld“, sagt Stephan Kurzawski. Auch innerhalb des europäischen PBS-Markts ist laut IFH Retail Consultants Köln ein leichter Aufwärtstrend zu verzeichnen. Zwar hat die Branche im Vorjahr den erwarteten Auftrieb verpasst, trotzdem spricht die Prognose für 2019 von positiven Werten. Es wird mit einem 1,7-prozentigen Umsatzplus auf insgesamt 57,85 Mrd. Euro für den europäischen PBS-Markt gerechnet. Der Treiber ist besonders das Segment Papier, das in 2018 ein Plus von 11,2 Prozent erzielen konnte.

Die Paperworld bildet als einzige PBS-Fachmesse die Bereiche Office (gewerblicher Bürobedarf und -ausstattung) und Stationery (privatorientierte Lifestyleprodukte für den Arbeitsplatz) ab. Darüber hinaus überzeugt sie mit Zukunftsthemen, die im Weiterbildungs- und Rahmenprogramm aufgegriffen werden. Im Innovationsforum „Büro der Zukunft“ dreht sich alles um Flexibilität. Mit diesem Fokus beleuchtet die Paperworld erneut ein aktuelles Zukunfts- und Branchenthema der Arbeitswelt.

„Flexible Büroraumgestaltung, Zonenkonzepte, Clean Desk und Mobile Devices sind Antworten auf flexible Arbeitsanforderungen. Deshalb investieren Unternehmen auch verstärkt in neue Konzepte und Büroausstattung sowie mobile Endgeräte. Wie das am Arbeitsplatz umgesetzt werden kann, zeigt das Büro der Zukunft“, sagt Kurzawski.

Wenn es um Lifestyletrends im Büro, für Papeterie, Schreiben und Schule geht, sind die erste Anlaufstelle die „Paperworld Trends 2019/20“. Sie geben dem Handel Anregungen für die Sortimentszusammenstellung sowie die Gestaltung des Ladengeschäfts. Neu in 2019 ist das Impulsareal „Lernen der Zukunft“, wo sich alles um zukunftsweisende Lernkonzepte sowie das lebenslange Lernen dreht. Was sind neue Möglichkeiten des Lernens? Und was gibt es dazu im PBS-Bereich? Diese und weitere Fragen werden in Fachvorträgen und bei einem Thinkathon beantwortet.

Creativeworld überzeugt mit neuem Ausstellerrekord und coolen Erfolgsperspektiven

Mainstream war gestern – Individualität ist heute. Selbst gestrickte Mützen und Schals zu tragen, Geschirr zu töpfeln, Buchstaben in Kunstwerke zu verwandeln oder Wandteppiche zu knüpfen ist angesagt. Von dieser Entwicklung profitiert seit Jahren die Hobby-, Bastel- und Künstlerbedarfsbranche und somit auch die Creativeworld, als die wichtigste Business- und Orderplattform der DIY-Welt. So erreicht sie in diesem Jahr einen neuen Ausstellerrekord: 362 Hersteller aus 44 Ländern⁴ zeigen, was der Markt rund um das kreative Hobby zu bieten hat.

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

³ Zahlen 2018: 1.634 Aussteller aus 66 Ländern (Paperworld)

⁴ Zahlen 2018: 335 Aussteller aus 39 Ländern (Creativeworld)

"Mit der Messemarke Creativeworld hat die DIY-Branche eine einzigartige Aufwertung erlebt und einen eigenen internationalen Messeplatz bekommen. Dass wir vor acht Jahren mit der Etablierung der Creativeworld den richtigen Weg gegangen sind, zeigt uns ihre Erfolgsgeschichte", sagt Stephan Kurzawski. „Sie ist seit ihrer Gründung 2011 stetig gewachsen – 2019 sogar um knapp 8 Prozent. Damit ist sie zu einer festen Größe auf dem internationalen Messe-Parkett geworden.“

Der Verband Hobby-Kreativ e.V. erwartet, bedingt durch aktuelle internationale Entwicklungen in der sehr beratungsintensiven Branche, ein extrem spannendes Jahr. Herausfordernd gestaltet sich auch hier das zunehmende Online-Wachstum gegenüber dem stationären Handel.

Für den Fachhandel liefert die Creativeworld zahlreiche Anregungen, um neue Zielgruppen zu erschließen und sich am Point of Sale professionell aufzustellen. So zeigt sie zum Beispiel mit dem Trendthema Street Art, wie positive Einkaufserlebnisse und kompetente Beratung den Einzelhandel beflügeln können. Dazu gibt es 2019 zwei Sonderschauen: Das „Urban Art Lab“ liefert einen spannenden Überblick über Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft von Graffiti und macht die Fachbesucher fit für eine umfassende Beratung im Geschäft. Das „Fachhandelskonzept 4.0 – Upgrade your store“ zeigt, wie einfach Schaufenster und Verkaufsräume mit innovativen Shop-Systemen gestaltet werden können, um für den Kunden ein Einkaufserlebnis zu schaffen.

Frische Ideen und unerwartete Zusammenstellungen von Kreativmaterialien und Techniken finden die Fachbesucher darüber hinaus bei den „Creativeworld Trends 2019/20“. Hier sehen sie die Kombination aus Produkt, Material und Werkzeug und somit den gesamten Entstehungsprozess, der leicht im Ladengeschäft adaptiert werden kann. Zum ersten Mal führt die Creativeworld einen Audio-Guide ein, der die Trendpräsentation zum Erlebnis für alle Sinne werden lässt.

Hinweis für Journalisten:

Weitere Informationen und Fotos in Druckqualität unter:

www.paperworld.messefrankfurt.com

www.creativeworld.messefrankfurt.com

www.christmasworld.messefrankfurt.com

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 Frankfurter Messen
Frankfurt am Main, 25./26.-29.1.2019