

Pressemitteilung

September 2019

Zeit für Inspiration und Orientierung

Katrin Westermeyr
Tel. +49 69 75 75-6893
katrin.westermeyr@messefrankfurt.com
www.messefrankfurt.com
www.christmasworld.messefrankfurt.com
www.paperworld.messefrankfurt.com
www.creativeworld.messefrankfurt.com

Die Frankfurter Konsumgütermessen Christmasworld, Paperworld und Creativeworld locken vom 24./25. bis 28. Januar 2020 mit zukunftsweisenden Themen und Trends rund um Dekoration, Festschmuck, Papier, Bürobedarf, Schreibwaren, Hobby-, Bastel- sowie Künstlerbedarf.

Die Welt ist in Bewegung. Tiefgreifende Veränderungen gehen von zwei Hebeln aus, dem gesellschaftlichen Wandel und der digitalen Transformation. Die klare Trennung zwischen Arbeits- und Wohnwelten wird durch die digitale Moderne aufgehoben, alles verschmilzt ineinander. Besonders im Zuge der Megatrends Urbanisierung, New Work und Individualisierung werden Orte und Räume multifunktional – im Sinne einer „hypermobilen to-go-Gesellschaft“. Denn die „digital natives“ pflegen einen neuen Lebensstil: „Work-Life-Blending“. Das führt auch zu neuen Shop-Konzepten wie Retail Sharing, die auf einer Fläche mehrere ausgewählte Produktwelten vereinen.

Was bedeuten diese Veränderungen konkret für den stationären Einzelhandel und die Innenstädte? Experten sind sich einig, dass die Kunden-Zentrierung wichtiger denn je ist. Demzufolge muss alles rund um den hybriden Kunden, der on- wie offline aktiv ist, neu gedacht und die customer journey lückenlos verschränkt werden. „Treiber von Frequenz in Innenstädten entstehen durch einen Mix aus Kultur, Kommunikation und Inspiration. Gefragt sind spannende Formate mit viel Emotion. Erfolgreiche Retail-Konzepte müssen berühren und Identifikation bieten, eine besondere Geschichte erzählen, ein bedeutungsvolles (Marken-) Erlebnis liefern“, sagt Andreas Reiter vom ZTB Zukunftsbüro Wien – anlässlich des Pressegesprächs in Frankfurt. Beispiele hierfür sind die Markthalle in Rotterdam oder das Konzept von We Work in New York. Seiner Meinung nach müssen Stadt, Handel, Büro und Freizeit sehr viel stärker zusammengedacht werden, als dies heute der Fall ist.

Je digitaler die Welt wird, desto wichtiger sind gemeinsame soziale Erfahrungen, desto wichtiger ist eine Orientierung. Wie kann der Handel diese Orientierung bieten und gezielt auf seine Kunden eingehen? Händler müssen off- wie online in Sachen Service und Qualität überzeugen – mit besonderen Produkten, Convenience-Angeboten oder auch mit netten Kleinigkeiten, die den Unterschied ausmachen, dem Kunden ein besonderes Erlebnis bieten und ihn damit binden.

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

“Die Zeit ist reif für frische Inspiration. Überraschen, begeistern, Erlebnisse schaffen, heißt es gleichermaßen für Hersteller und Händler und für uns als Messeveranstalter. Wir glauben an reale Begegnungen, wir geben Orientierung in einer komplexen Welt im Wandel – vernetzen Hersteller und Händler. Darüber hinaus holen wir visionäre Partner auf unsere Messen, um einen Schritt voraus zu sein und den Branchen neue Impulse zu geben“, sagt Julia Uherek, Bereichsleiterin Consumer Goods, Messe Frankfurt Exhibition GmbH. Über die Messezeit hinaus gibt die neue Onlineplattform Conzoom Solutions Anregungen und Experten-Tipps für eine gezielte Kundenansprache.

Frankfurter Messetrio bietet Inspiration und Orientierung

Die drei Konsumgütermessen Christmasworld, Paperworld und Creativeworld bieten Inspiration pur durch einen weltweit einmaligen Überblick über die aktuellen Trends bei Dekoration und Festschmuck, Papier, Bürobedarf und Schreibwaren sowie Hobby-, Bastel- und Künstlerbedarf. Neben dem Angebot der insgesamt rund 3.000 Aussteller, beleuchtet das Rahmenprogramm wichtige Zukunftsthemen. Jede Fachmesse deckt ganz spezifische Kundenbedürfnisse ab, die sich aus den erwähnten Megatrends, dem gesellschaftlichen und dem digitalen Wandel ableiten. Zusammen bilden die drei Fachmessen die verschiedenen Lebenswelten der Kunden ab.

Christmasworld – Megatrend Urbanisierung

Auf der international führenden Fachmesse für saisonale Dekoration und Festschmuck werden rund 1.000 Aussteller aus über 40 Ländern erwartet. Bei der Produktwelt steht vor allem das emotionale Einkaufserlebnis im Vordergrund. Wie wird der Kunde durch eine überraschende Warenpräsentation in den Laden gelockt und durch neue, unerwartete Produktkombinationen zum Kauf animiert? Fragen, die im urbanen Raum immer wichtiger werden. Entscheidend bei der festlichen Dekoration sind erlesene Produkte und Eyecatcher, die den aktuellen Zeitgeist spiegeln sowie die Lust am gemeinsamen Feiern, Genießen und am Teilen schöner Momente steigern. Außerdem potenzieren Lichtinszenierungen und Visual Merchandising das Einkaufserlebnis um ein Vielfaches.

Wer wissen möchte, wie das Einkaufen in Zukunft aussehen kann und wie digitale Lösungen integriert werden können, besucht den „Retail BLVD“ in der Galleria 0. Pop-up Stores inszenieren, wie der hybride Kunde angesprochen werden kann. „Wir konzentrieren uns auf die drei unterschiedlichen Käufertypen aus der neuen IFH-Studie „Die Sicht des Konsumenten“ und zeigen auf, wie Erlebnis, Convenience und Service am Point of Sale konkret umgesetzt werden können. Dabei wollen wir dem Handel direkt umsetzbare Ideen mitgeben“, sagt Eva Olbrich, Leiterin Christmasworld, Messe Frankfurt Exhibition GmbH. Geführte Touren laden zum Erfahrungs- und Wissensaustausch ein.

Weitere Highlights im Rahmenprogramm sind die Christmasworld Trends 20/21 unter dem Motto „family matters“ in Halle 11.0. Und die Sonderpräsentation von 2deziq „Decoration unlimited – Dark Ocean“, sie gibt Anregungen für verführerisches Storytelling und Wow-Erlebnis am PoS.

Christmasworld, Paperworld,
Creativeworld
Frankfurt am Main,
24./25. bis 28. Januar 2020

Paperworld – Megatrend New Work

Die Paperworld ist mit rund 1.500 Ausstellern aus 60 Ländern die internationalste Fachmesse der PBS-Branche. Sie ist die einzige Messe, die die beiden Produktsegmente Office und Stationery gleichermaßen abdeckt. In beiden Bereichen spielt der Megatrend New Work eine entscheidende Rolle. Es geht um das Verschmelzen von Arbeitswelt und Freizeit. Mit der steigenden Digitalisierung und Mobilität verlagert sich auch der Arbeitsplatz – man ist flexibler und nicht mehr ans Büro gebunden, es wird von unterwegs oder zu Hause gearbeitet.

Welche Tools brauchen wir für New Work und welchen Einfluss hat eine veränderte Arbeitswelt auf die PBS-Branche? Die Paperworld bildet mit ihrem Produktspektrum die Gegenwart ab und wirft im Rahmenprogramm einen Blick in die Zukunft. Zum Beispiel im „Büro der Zukunft“ in der Halle 3.0, das unter dem Motto: „Smart Solutions“ steht. Hierbei geht es nicht nur um digitale Produkte und Lösungen, sondern auch um das Zusammenspiel von analoger und digitaler Bürowelt. In Vorträgen werden neue Kommunikationsmittel und Büroraumkonzepte vorgestellt, um smart und digital zusammen zu arbeiten. Außerdem stellen Aussteller ihre Produktlösungen vor und es gibt Networking-Bereiche sowie Führungen zu weiteren Ausstellern in der Halle.

Das Impulsareal „Lernen der Zukunft“ beleuchtet einen weiteren wichtigen Aspekt von New Work, nämlich das lebenslange Lernen. Dort werden den Besuchern analoge und digitale Lernkonzepte vorgestellt. „Ob Digitalisierung und die damit einhergehenden neuen Entwicklungen, denen sich der Mensch anpassen muss. Oder die Fortbildung in seinem persönlichen Berufsumfeld. Wir sehen ein steigendes Bedürfnis, sich individuell weiter zu entwickeln. Das Impulsareal „Lernen der Zukunft“ zeigt, wie es geht“, sagt Michael Reichhold, Leiter Paperworld und Creativeworld, Messe Frankfurt Exhibition GmbH.

Creativeworld – Megatrend Individualisierung

Die Creativeworld trägt dem Bedürfnis nach aktiver Freizeitbeschäftigung und nach Individualisierung Rechnung. Kunden suchen nach Angeboten, die auf den persönlichen Geschmack und ihre individuellen Bedürfnisse zugeschnitten sind. Sie suchen individuelle Beratung und wollen sich mit Gleichgesinnten vernetzen. Der gesellschaftliche Wunsch nach Individualität war maßgeblich dafür verantwortlich, dass es einen enormen Boom der DIY-Branche gab. „Wir haben die Zeichen bereits vor zehn Jahren erkannt und die Creativeworld als eigenständige Fachmesse für den Hobby-, Bastel- und Künstlerbedarf etabliert. Heute sind wir mit über 350 Ausstellern aus aller Welt eine bunte Community, die sich austauscht, gemeinsam Neues entwickelt und beweist, dass DIY glücklich macht“, ergänzt Reichhold. Etwas mit den eigenen Händen zu erschaffen, zu reparieren oder zu recyceln erzeugt ein positives Gefühl. „Selfmade“ ist zum neuen Statussymbol geworden.

Die Creativeworld zeigt zahlreiche Beispiele, wie der Fachhandel durch individuelle Ansprache neue Kunden anlockt. Im Konzeptareal Street Art dreht sich zum Beispiel alles um das Thema Education. Ziel ist es, den Fachhandel zu schulen und ihm die angesagten Themen Graffiti und

Christmasworld, Paperworld,
Creativeworld
Frankfurt am Main,
24./25. bis 28. Januar 2020

Street Art nahe zu bringen. Gemeinsam mit Carlos Lorente von der Style Scout – Graffiti Akademie wird ein handelstaugliches Konzept entwickelt, welches für die Fachbesucher einen interessanten Mehrwert bietet. Denn: Wer authentische und kompetente Beratung bietet, generiert mehr Umsatzpotenzial und bindet seine Kunden.

Hinweis für Journalisten:

Nähere Informationen und Bildmaterial in hochauflösenden Daten finden Sie unter: christmasworld.messefrankfurt.com.
paperworld.messefrankfurt.com, creativeworld.messefrankfurt.com

Presseinformationen & Bildmaterial:

christmasworld.messefrankfurt.com/presse
paperworld.messefrankfurt.com/presse
creativeworld.messefrankfurt.com/presse

Ins Netz gegangen:

www.facebook.com/christmasworld
www.facebook.com/paperworld
www.facebook.com/creativeworld

Immer up to date mit dem Creativeworld Blog:

www.creativeworld-blog.com

Christmasworld: Seasonal Decoration at its best

Die Christmasworld ist der weltweit wichtigste Order-Termin für die internationale Deko- und Festschmuckbranche. Sie zeigt jährlich in Frankfurt die neuesten Produkte und Trends für alle Feste des Jahres und liefert innovative Konzeptideen für die Dekoration von Groß- und Außenflächen für den Groß- und Einzelhandel, Shoppingcenter, Bau- und Heimwerkermärkte und die grüne Branche. Die Christmasworld wartet mit der ganzen Bandbreite an Dekorations- und Festschmuckartikeln auf. Ein breit gefächertes Eventprogramm mit Trendareal, Sonderpräsentationen und Fachvorträgen bietet ein wertvolles und inspirierendes Zusatzangebot für das tägliche Business. 2019 begrüßte sie 1.085 Aussteller aus 44 Ländern und über 45.300 Besucher aus 123 Ländern.
christmasworld.messefrankfurt.com

Paperworld – The visionary office. The stationery trends.

Die internationale Leitmesse präsentiert jährlich in Frankfurt am Main die neuesten Produkte und Trends der Papier-, Bürobedarfs- und Schreibwarenbranche. Die Paperworld bietet das weltweit größte Sortiment für den gewerblichen Bürobedarf (visionary office) und den privaten Papier- und Schreibwarenbedarf (stationery trends). 1.665 Aussteller aus 64 Ländern zeigten 2019 ihre Produkte 32.340 Fachbesuchern aus 143 Ländern. Damit ist die Paperworld das Highlight des Jahres für die Branche und eine Quelle innovativer Geschäftsideen für den Groß- und Einzelhandel, für Buchhändler, Internet- und Versandhandel sowie gewerbliche Verbraucher. Darüber hinaus bietet das vielseitige Event- und Kongressprogramm Inspirationen und Wissensvermittlung für Einzelhändler, Architekten, Planer, Facility Manager und Entscheider in Schulen sowie Leiter von Bildungs- und Seminareinrichtungen, die sich für die neuesten Bürotrends und Einrichtungskonzepte interessieren.
paperworld.messefrankfurt.com

Christmasworld, Paperworld,
Creativeworld
Frankfurt am Main,
24./25. bis 28. Januar 2020

Creativeworld

Die Creativeworld ist die weltweit wichtigste Fachmesse für die internationale Hobby-, Bastel- und Künstlerbedarfsbranche, 2019 präsentierten sich 362 Aussteller aus 44 Ländern den

9.152 Besuchern. Die Aussteller zeigen Produktneuheiten, Techniken und Materialien zum dekorativen Basteln, für den Grafik- und Künstlerbedarf, Handarbeit und textiles Gestalten sowie fürs kreative Hobby. Die Fachmesse ist als Trend- und Businessplattform die erste Anlaufstelle im Geschäftsjahr. Für den Groß- Einzel- und Fachhandel, für Baumärkte und Gartencenter, Internet- und Versandhandel ist die Creativeworld der ideale Ordertermin. Mit ihrem abwechslungsreichen Eventprogramm sorgt die Creativeworld für neue Ideen, Anregungen und Branchen-Know-how.
creativeworld.messefrankfurt.com

Conzoom Solutions – die Plattform für den Handel

Die Wissensplattform Conzoom Solutions bietet dem Konsumgüterhandel ein vielfältiges Angebot wie Studien, Trendvorstellungen, Workshops und 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.
conzoom.solutions

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 718 Millionen Euro. Wir sind eng mit unseren Branchen vernetzt. Die Geschäftsinteressen unserer Kunden 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 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

Christmasworld, Paperworld,
Creativeworld
Frankfurt am Main,
24./25. bis 28. Januar 2020