

Pressemitteilung

November 2018

## Street Art sorgt für frischen Wind im Einzelhandel

Kerstin Winkel  
 Tel. +49 69 75 75-3620  
 kerstin.winkel@messefrankfurt.com  
 www.messefrankfurt.com  
 www.creativeworld.messefrankfurt.com

**Der stationäre Einzelhandel muss die Kunden mit konzeptionellen Einkaufserlebnissen an sich binden, um sich am stark umkämpften Point of Sale zu behaupten. Die Creativeworld stellt spannende Lösungen für die Ladengestaltung vor und bietet Expertenwissen für kompetente Fachberatung.**

Die Creativeworld, internationale Fachmesse für den Hobby-, Bastel- und Künstlerbedarf, gibt vom 26. bis 29. Januar 2019 Ein- und Ausblicke in die DIY-Branche. Ein großes Thema sind derzeit die Herausforderungen des Einzelhandels. Der stationäre Handel steht in direkter Konkurrenz zu einer wachsenden Anzahl an Online-Händlern. Zudem ist der Kunde anspruchsvoller geworden: zwar ist die Selektierung über den günstigsten Preis nicht mehr so stark wie zu Zeiten von „Geiz ist geil“, aber der Verbraucher möchte für sein Geld etwas geboten bekommen. So liegt es am stationären Einzelhandel, dem Kunden konzeptionelle Einkaufserlebnisse und kompetente Beratung zu bieten.

Hier bietet die Creativeworld mit dem Thema Street Art zahlreiche Perspektiven. Street Art liegt im Trend - es spricht eine breite Zielgruppe an, die von Teenagern über Graffiti Künstler bis hin zu Senioren reicht. Somit eignet sich Street Art ideal für die Integration in den klassischen Fine Art- und Kreativ-Einzelhandel. „Auf der Creativeworld verfolgen wir die wachsende Begeisterung für Urban Art und Graffiti schon seit einigen Jahren. Wir begrüßen zahlreiche Hersteller wie Montana Cans, Montana Colors, NBQ, Royal Talens oder die Feuerstein GmbH mit der Eigenmarke Molotow, die Produkte und Materialien hierzu in ihrem Sortiment anbieten“, sagt Michael Reichhold, Leiter Creativeworld bei der Messe Frankfurt Exhibition GmbH. „Für den klassischen stationären Einzelhandel ist die Integration entsprechender Produkte jedoch nach wie vor eine Herausforderung.“

### **Einkaufserlebnisse schaffen: „Fachhandelskonzept 4.0 - Upgrade your store“**

Mit „Upgrade your store“ (Halle 4.2, Stand C13) wird den Fachbesuchern Street Art und Graffiti nahe gebracht und es werden neue Impulse für die Sortimentsgestaltung vermittelt. Anhand eines Fachgeschäfts mit dem klassischen Hobby- und Kreativ-Sortiment wird gezeigt, wie Street Art Displays ihren Platz innerhalb des bestehenden Sortiments finden und so neue Zielgruppen und Umsatzpotenziale erschlossen werden können.

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



Bildrechte: Feuerstein GmbH/Molotow

In der Sonderschau wird der Besucher durch Führungen an die Hand genommen und kann im persönlichen Gespräch Fragen klären sowie wichtige Tipps mitnehmen. Innerhalb des Areals wird darüber hinaus der Umgang mit den Materialien gezeigt, um direkt vor Ort Barrieren abzubauen. Unterstützt wird die Creativeworld bei der Sonderschau von der Feuerstein GmbH mit der Eigenmarke: MOLOTOW™. Jürgen Feuerstein, CEO / Molotow, Feuerstein GmbH, sagt: „Als Unternehmer muss man offen für Veränderungen und Trends sein. Sie machen neue Chancen erst möglich. Dazu gehören auch die Weiterentwicklung der Mitarbeiter und das Verlassen der eigenen Komfortzone - hin zum professionellen Fachhandel, weg vom Konzept eines ‚Großverteilers‘.“

### **Das ist Street Art: Rückblick, Ausblick und Werkzeugkunde im „Urban Art Lab“**

Neben der ansprechenden Ladengestaltung ist die kompetente Beratung ein Schlüssel zum Erfolg. Denn hier liegt die Stärke des Fachgeschäfts, der persönliche Austausch zwischen Verkäufer und Kunde. Deshalb bietet die Creativeworld die Aktionsfläche „Urban Art Lab“ (Halle 4.2 Stand C11). In Zusammenarbeit mit der Style Scouts®Graffiti Akademie wird das Hauptaugenmerk auf die Geschichte, die Werkzeuge sowie die Zukunft und Entwicklung von Graffiti und Street Art gelegt. So werden dem Fachbesucher wichtige Informationen an die Hand gegeben und Fach-Know-how vermittelt.

Carlos Lorente, Geschäftsführer Style Scouts®Graffiti Akademie, sagt über die Sonderschau: "Das ‚Urban Art Lab‘ wird die Aktionsfläche für Street Art, Graffiti, urbane Kunst und Kreativität sein. An mehreren Stationen ermöglichen professionelle Künstlerinnen und Künstler Einblicke in die Vielfalt der Urban Art Materialien. Vom Blackbook Sketch bis zur Leinwandarbeit in Mischtechnik können sich interessierte Besucher einen Eindruck über die Einsatzmöglichkeiten der Tools verschaffen.“

Creativeworld  
Internationale Frankfurter Messe für  
Hobby, Bastel- und Künstlerbedarf  
Frankfurt am Main, 26. - 29. Januar 2019

Das Highlight des „Urban Art Labs“ ist die Standgestaltung, die vom international renommierten Graffiti Artist Bond TruLuv in Kooperation mit Style Scouts® umgesetzt wird. Mit faszinierenden Augmented Reality Elementen angereichert, wird dem Fachbesucher die Entwicklung von der Höhlenmalerei bis zum Post-Graffiti erlebbar gemacht.

**Presseinformationen & Bildmaterial:**

<http://creativeworld.messefrankfurt.com/presse>

**Informationen zur Creativeworld:**

Die Creativeworld ist die weltweit wichtigste Fachmesse für die internationale Hobby-, Bastel- und Künstlerbedarfsbranche, 2018 präsentierten sich 336 Aussteller aus 39 Ländern den 9.266 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.

**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](http://www.messefrankfurt.com)

\* vorläufige Kennzahlen 2018