

Pressemitteilung

Februar 2019

## Creativeworld ist unangefochtener Spitzenreiter der DIY-Branche

Kerstin Winkel  
 Tel. +49 69 75 75-3620  
 kerstin.winkel@messefrankfurt.com  
 www.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 Ländern<sup>1</sup> 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 Ländern<sup>2</sup> 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. Das Messe-Trio bestätigt seine Rolle als internationaler Marktplatz der Innovationen und ist eine unverzichtbare Businessplattform für den persönlichen Austausch.



BU: Kreative und positive Stimmung auf der Creativeworld 2019

Foto: Messe Frankfurt

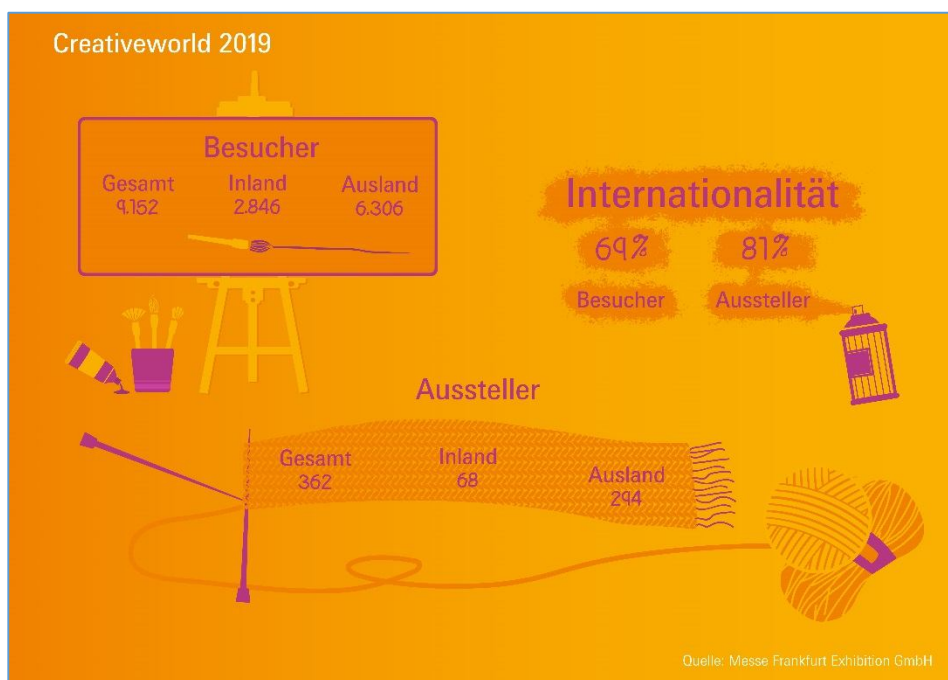
Messe Frankfurt Exhibition GmbH  
 Ludwig-Erhard-Anlage 1  
 60327 Frankfurt am Main

<sup>1</sup> 2018: 3.017 Aussteller aus 69 Ländern (FKM-zertifiziert / geprüft), Zahlen 2019 vor Prüfung

<sup>2</sup> 2018: 86.503 Besucher aus 160 Ländern (FKM-zertifiziert / geprüft), Zahlen 2019 vor Prüfung

## Die Creativeworld behauptet ihre Top-Position im DIY Markt

Mit stabilen Besucherzahlen wird die Creativeworld ihrer Rolle als wichtigste Plattform für die Hobby-, Bastel- und Künstlerbedarfsbranche erneut gerecht. „Wie immer kommt die kreative Welt in Frankfurt am Main zusammen“, bringt es Charlotte Lynn Nielsen, Export Director Creativ Company auf den Punkt. 362 Hersteller aus 44 Ländern<sup>3</sup> füllten die Frankfurter Messehallen und zeigten, was das kreative Herz begehrt. Die Aussteller inspirierten 9.152 Fachbesucher aus 104 Ländern<sup>4</sup> mit ihren Produktneuheiten, Trends und neuen Techniken und sorgten für eine ausgezeichnete Atmosphäre. „Die Creativeworld gibt das Tempo für das Jahr vor. Hier stellen wir neue Produkte vor und erfahren, wie die Neuheiten bei unseren Kunden ankommen. Sie ist ein sehr guter Treiber für das Geschäftsjahr und die Akzeptanz der neuesten Produkte“, sagt Eric Chaveau, Geschäftsführer Pébéo.



„Keine andere Fachmesse vereint Kreativität und Business so einzigartig wie die Creativeworld“, bestätigt auch Stephan Kurzwski, Geschäftsleitung Messe Frankfurt Exhibition GmbH. „Wir begrüßen jedes Jahr zahlreiche Besucher aus dem Ausland, in diesem Jahr waren es 69 Prozent. Sie kommen zu uns weil wir ihnen den weltweiten DIY-Markt in vier Tagen an einem Ort bieten.“ Insgesamt kamen 6.306 Besucher aus dem Ausland. Dabei waren neben Deutschland viele Händler aus den Niederlanden, Spanien, Großbritannien, Frankreich sowie Italien vor Ort. Außerhalb Europas waren die USA, Russland, Australien und die Türkei stark vertreten. Große Zuwächse wurden vor allem aus den Niederlanden, den USA, Großbritannien und Griechenland verzeichnet. Das bestätigt auch Karl-Heinz Hartmann, Leiter HQ Services, Event Manager Staedtler: „Hier auf der Creativeworld treffen wir sehr viele Kunden aus Deutschland und Europa, aber auch aus Australien und den USA. Die Stimmung ist gut und wir sind sehr zufrieden.“ Auch Piero Frova, Marketing Direktor bei

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

<sup>3</sup> 2018: 339 Aussteller aus 39 Ländern (FKM-zertifiziert / geprüft) , Zahlen 2019 vor Prüfung

<sup>4</sup> 2018: 9.266 Aussteller aus 104 Ländern (FKM-zertifiziert / geprüft) , Zahlen 2019 vor Prüfung

FILA erklärt: „Wir kommen seit 20 Jahren hierher und es ist immer wieder die richtige Entscheidung. Hier trifft man Kunden und Kollegen aus aller Welt.“

Von den Fachbesuchern kam der größte Teil aus dem Einzelhandel, aber auch zahlreiche Besucher aus dem Groß- und Außenhandel orderten auf der Creativeworld. Auf einem sehr hohen Niveau bleibt die Besucherqualität: 75 Prozent der Fachbesucher sind Führungskräfte und bringen demnach eine besondere Einkaufs-Entscheidungskompetenz mit. „Die Creativeworld steht in unserer Branche immer mehr im Fokus. Wir merken das an den sehr guten Kontakten, die wir hier treffen oder die wir neu knüpfen“, erklärt Nils Knappe, Geschäftsführer H. Schmincke. Und Harold Kruis, Marketing Director Royal Talens fügt hinzu: „Die Qualität der Besucher und Meetings ist sehr hoch – mehr als 90 Prozent unserer Besucher sind Entscheider.“

Die Einkäufer interessieren sich am meisten für Produkte aus dem Hobby- und Bastelbereich. Aber auch der Grafik- und Künstlerbedarf sowie Handarbeiten und textiles Gestalten sind stark nachgefragt. „Die Hersteller sind mir der Creativeworld sehr zufrieden und freuen sich über die starke Frequenz“, sagt Gerlinde Karg, Vorsitzende des Vorstands und Geschäftsführerin, Verband Hobby-Kreativ e.V. Karg hob außerdem die Rolle des Creativeworld Forums hervor: „So ausgebucht wie in diesem Jahr habe ich das Forum noch nicht erlebt. Für den Handel und auch die Hersteller sind solche Workshops enorm wichtig.“

### **Rahmenprogramm: Einkaufserlebnis wohin das Auge reicht**

„Auf den Besuch der Creativeworld freue ich mich jedes Jahr. Ich besuche die Messe nun schon seit fünf Jahren und es ist immer wieder ein Erlebnis. Der direkte Kontakt zu meinen Lieferanten ist mir sehr wichtig. Hier kann ich die unterschiedlichen Artikel hautnah erleben und Produktneuheiten genau unter die Lupe nehmen. Die Workshops im Creativeworld Forum sind ebenfalls ein Muss“, sagt Sabine Denz, Fachhändlerin aus Kehl. Ob im Creativeworld Forum, den Street Art Sonderpräsentationen oder bei den Creativeworld Trends: überall standen das Einkaufserlebnis und die Beratung im Fokus. Dabei ging es in erster Linie darum, wie sich der Einzelhandel den wachsenden Herausforderungen am Point of Sale stellen und für die Kunden attraktiver werden kann.

Mit einer einzigartigen Gestaltung ließ Carlos Lorente von der Style Scout Graffiti Akademie das **Urban Art Lab** lebendig werden. Er inspirierte und faszinierte die Fachbesucher mit der Geschichte, Gegenwart und der Zukunft von Street Art. Zahlreiche Künstler aus der Szene animierten die Fachbesucher sich mit der hippen und angesagten Kunst auseinander zu setzen und sie für sich und ihr Geschäft zu entdecken. „Die Fachbesucher waren sehr interessiert. Wir haben zahlreiche Fragen zum Thema Produkt-Anwendung beantwortet und waren von der positiven Resonanz begeistert“, sagt Carlos Lorente, Geschäftsführer Style Scout Graffiti Akademie. „Im Handel wächst die Nachfrage an Produkten rund um Street Art, die Hersteller müssen darauf reagieren und viele nehmen das Thema bereits in ihr Portfolio auf.“

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

Im **Fachhandelkonzept 4.0 – Upgrade your store** stand das Einkaufserlebnis am Point of Sale im Mittelpunkt. Anschaulich und praxisnah vermittelte das Team Expertenwissen und zeigte den Fachbesuchern auf, wie wichtig kompetente Beratung ist und welche Bedürfnisse der Kunde hat. Am Beispiel Street Art zeigten die Verkaufsprofis den Einsatz von POS-Displays und die Integration von Street-Art-Artikeln im Ladengeschäft. Zahlreiche Besucher nutzten den Wissensaustausch und übten sich am Try-out-Table in der Buchstabenarchitektur. „Klassische Fine Art-Geschäfte können durch dieses Produktsegment neue Zielgruppen erschließen und somit mehr Umsatz generieren. Denn nur wer am Puls der Zeit bleibt, Trends erkennt und diese durch kompetente Beratung anbietet, setzt sich durch“, sagt Nicola Luigi Schwarzwälder, Produktmanager Schneider Schreibgeräte. Thomas Jaenisch, Geschäftsführer Myboshi bestätigt: „Nur Ware verkaufen – das kann das Internet günstiger, schneller und rund um die Uhr. Aber wenn ein Fachhändler sich positioniert und sagt: ‚Ich verkaufe Ideen, Kreativität, ein Erlebnis und das haptische Gefühl‘ – dann erkennt er die Vorzüge des stationären Handels. Der Fachhandel ist wichtig, um Menschen zu Kreativität zu inspirieren, um freundlich und beratend zur Seite zu stehen.“

Weiterbildungs-Charakter hat darüber hinaus das **Creativeworld Forum**, eine feste Größe auf der Creativeworld. „Vor ein paar Jahren haben wir erkannt, dass die Fachbesucher aktiv am Geschehen teilhaben wollen und die neuesten Produkte, Werkzeuge und Techniken der Hersteller testen wollen. Also bieten wir jetzt den ganzen Tag über Workshops an. Die Resonanz ist fantastisch“, erklärt Michael Reichhold, Leiter Creativeworld. Für die Fachbesucher macht gerade diese Praxishäufigkeit den besonderen Reiz der Creativeworld aus. Nur hier finden sie Hersteller aus aller Welt und können noch dazu mit den neuesten Produkten arbeiten. Martin Erler, Geschäftsleiter Efco sagt dazu: „Auf der Creativeworld geht es natürlich ums Business, gleichzeitig auch um eine große Kreativität. Die Menschen wollen die Techniken nicht nur gezeigt bekommen, sondern auch mitmachen. Das können Sie im Forum. Besonders interessant sind darüber hinaus die Creativeworld Trends.“

Die **Creativeworld Trends** lieferten eine schier unendliche Fülle an kreativen Ideen. Unter dem Motto „Welcome friends“ verwandelte das Stilbüro bora.herke.palmisano das Trend-Areal in eine Bühne der Kreativität. „Der besondere Nutzen für die Besucher liegt in der Gestaltung der einzelnen Thementische. Hier können sie Inspiration für die Dekoration im eigenen Geschäft mitnehmen. Ganz besonders positiv wird bei unserer Inszenierung die Präsentation der verwendeten Produkte, Materialien und Werkzeuge aufgenommen“, sagt Claudia Herke, Designerin beim Stilbüro bora.herke.palmisano. In den Trends wird DIY gelebt: Alle Ausstellungsstücke wurden eigens für die Creativeworld gefertigt und sind Unikate, die aus den neuesten Produkten der ausstellenden Firmen entstanden sind.

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

### **Creative Impulse Award zum 14. Mal verliehen**

Auf der Creativeworld spürt man, dass die DIY-Branche ständig in Bewegung ist. Sie verzaubert immer wieder mit neuen Trends,

lebendigen Ideen und bringt eine Vielzahl innovativer Produkte hervor. Das beweisen alljährlich auch die Einreichungen zum Creative Impulse Award, den die Messe Frankfurt in Zusammenarbeit mit dem bit-Verlag auslobt. Am 26. Januar 2019 fand die feierliche Preisverleihung statt. Die ersten Plätze belegten:

- Kreatives Produkt des Jahres: myboshi mit „myboshi Lieblingsfarben“
- Kreatives Werkzeug des Jahres: Dremel mit „Dremel Stylo+“
- Komplettsset des Jahres: Marabu mit „Soft Linol Textil Print & Colouring“
- Kreativbuch des Jahres: Kremer Pigmente mit „Kremer Pigmente Rezeptbuch“

„Wir haben uns riesig über den Preis gefreut und ihn natürlich sofort zu unserem Set dazu dekoriert, so dass jeder teilhaben und sehen kann, dass wir den ersten Platz gemacht haben“, freut sich Kerstin Winkler, Marketing Marabu.

### **Creativeworld Blog geht live**

Am Messe-Samstag hat die Creativeworld ihren eigenen Blog gelauncht: [www.creativeworld-blog.com](http://www.creativeworld-blog.com). Mit den spannendsten Momenten von der Creativeworld 2019 und zahlreichen Hintergrundberichten, den neuesten Trends und Interviews bietet er dem Handel eine abwechslungsreiche Informationsquelle.

### **Trends von der Creativeworld 2019: Home is where the (he)art is**

Die diesjährige Creativeworld hat einmal mehr gezeigt: Handel ist Wandel, aber eines bleibt: Menschen wollen kreativ sein. Sei es, um sich und anderen eine Freude zu bereiten mit Bildern und Objekten, oder um das eigene Zuhause zu gestalten – als persönlichen Rückzugsort, aber auch als Treffpunkt mit Freunden für entspannte Stunden und fröhliche Feiern.

Bei dem Wunsch, den eigenen Wohnraum einzigartig, stilvoll und doch warm zu gestalten, spielen Stoffe eine Hauptrolle – gern verziert mit PomPoms und Tasselschmuck. Für das textile Gestalten stehen eine ganze Reihe neuer und innovativer, aber auch traditioneller und wiederbelebter Techniken bereit: Siebdruck, mit Punch Needle sticken, Makramee oder Wandschmuck aus dickem Garn.

Außerdem zeigt sich bei immer mehr Herstellern, dass Natur und Nachhaltigkeit eine wichtige Rolle spielen: Einfach anwendbares Färbemittel aus Naturfarben, nachhaltig hergestellte Produkte wie Pappmaché aus recycelten Zeitungen, Paletten aus wasserdichtem Karton oder öko-zertifizierte Highlighter. Passend dazu ist das Trendmotiv die Monstera-Pflanze, auch Fensterblatt genannt. Die markante Silhouette findet sich als Motiv für Textildruck wieder, auf Stickern und Stempeln oder Aufnäher. Zusammen mit anderen grünen Pflanzen und Kakteen zaubert das Monstera-Blatt ein Naturfeeling in jedes Zuhause.

Ganz besonders stark ist der Trend zur Personalisierung. Hier ist nach wie vor Handlettering unübertroffen. Mit Pinsel und Stiften auf Papier und Porzellan, mit Kreiden auf Glas, mit Rubbelkrepp-Markern auf

Aquarellbildern oder mit handlichen LötKolben auf Holz und Leder. Eine weitere angesagte Form der Kalligraphie ist Street Art: Weg von der Straße und rein ins Wohnzimmer. Acrylmarker und Aqua-Brush-Pens gehören dabei genauso selbstverständlich zum Graffiti-Trend wie Sprühfarben in allen Tönen, von klassischen Nuancen über Neon bis Metallic mit Spiegeleffekt.

Nicht zu vergessen – Acrylic Pouring: die Mischtechnik, bei der Acrylfarben mit einem Medium in einem Gefäß kombiniert und dann über eine Oberfläche gegossen werden. Die Technik lässt endlose Farbspiele zu, das marmorierte Ergebnis erinnert mal an Pop Art, mal an Mineralien.

Farblich lässt sich in diesem Jahr keine spezielle Trendfarbe erkennen: von Aquarellfarben bis zur Deko-Farbe in Violett-, Grün- und Blautönen ist alles dabei. Auch gedämpfte und erdige Töne, von Ocker und Sepia über Terrakotta bis Moos sind beliebt und unterstreichen den Trend zur Natürlichkeit. Zarte Pastelltöne sind aus der kreativen Welt nicht wegzudenken, gern in Kombination mit Neon- oder Kupferakzenten.

#### **Nächste Termine:**

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

Weitere Statements, Informationen sowie Bild- und Videomaterial finden Sie unter:

[www.creativeworld.messefrankfurt.com/presse](http://www.creativeworld.messefrankfurt.com/presse)

[www.creativeworld.messefrankfurt.com](http://www.creativeworld.messefrankfurt.com)

Mit dem Creativeworld-Blog bleiben Sie das ganze Jahr über auf dem neuesten DIY-Stand: [www.creativeworld-blog.com](http://www.creativeworld-blog.com)  
Folgen Sie uns außerdem auf Facebook.

#### **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

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