

news +++ Ambiente/Christmasworld/Creativeworld
3./4. bis 7. Februar 2023

ambiente **christmasworld** **creativeworld**

Mit Messen offensiv in die Zukunft: Die Konsumgüterwelt ist zurück in Frankfurt

Frankfurt am Main, 22. September 2022. Persönlicher Austausch ist momentan wichtiger denn je. Denn die weiterhin herausfordernden wirtschaftlichen und politischen Rahmenbedingungen, der beschleunigte gesellschaftliche Wertewandel und die fortschreitende Digitalisierung erfordern neue Lösungen und innovative Herangehensweisen für die globale Konsumgüterbranche. Deshalb geht die Messe Frankfurt offensiv in die Zukunft mit neuen Wegen und kreativen Ansätzen. Netzwerken, Inspiration und Ordern wird 2023 auf den drei internationalen Konsumgüter-Leitmessen Ambiente, Christmasworld und Creativeworld noch effizienter, intensiver und smarter. 4.700 Aussteller haben ihre Beteiligung angekündigt und sorgen gemeinsam für die weltweit größte Messe-Plattform ihrer Art.



Eröffnung neuer Perspektiven – Messen vor Ort werden gezielt digital ergänzt. Foto: Messe Frankfurt/Jean-Luc Valentin

Angesichts der großen Herausforderungen bei Themen wie Lieferketten und Ressourcenknappheit, steigender Inflation und Energiekosten sowie sinkender Konsumlaune ist es umso wichtiger, sich real zu begegnen und im Dialog zu bleiben. Denn die Konsumgüterbranche sucht zukunftsträchtige Lösungsansätze und neue Formen der Zusammenarbeit. Dafür bringt die Messe Frankfurt die Keyplayer der Branche in Frankfurt zusammen. „Die Eröffnung neuer Perspektiven und Chancen ist dabei unser

größtes Anliegen in unserer Rolle als aktiver Wirtschaftsförderer und verlässlicher Partner der globalen Konsumgüterbranche. Wir haben verstanden, dass wir unsere Messeformate radikal neu denken und verändern müssen. Deshalb sorgen wir für ein neues, physisches Messeerlebnis, mit drei Leitmessen zu einem Zeitpunkt, bei dem wir alle zentralen Metathemen und Trends abbilden, die Hersteller und Handel gezielt nach vorne bringen“, sagt Julia Uherek, Bereichsleiterin Consumer Goods Fairs. Zusätzlich wird das physische Messeerlebnis durch smarte digitale Services ergänzt, nicht nur parallel zu den physischen Veranstaltungen, sondern auch darüber hinaus. „Damit werden wir immer mehr zum ganzjährigen Business Enabler, mit vielfältigen digitalen Services, die wir 24/7 anbieten“, so Philipp Ferger, Bereichsleiter Consumer Goods Fairs.

Gute Aussichten für das neue physische Messeerlebnis

So finden vom 3./4. bis 7. Februar 2023 die drei internationalen Leitmessen Ambiente, Christmasworld und Creativeworld¹ parallel auf dem Frankfurter Messegelände statt und präsentieren dem Handel zu einem Termin im Jahr die gesamte Konsumgüterwelt. Durch diese Konzentration wird Frankfurt zum Schnittpunkt für alle Handelsformen sowie für Einkaufsentscheider aus HoReCa, Contract Business und Concept Decoration. Das neue Format läuft sehr gut an: Zum jetzigen Zeitpunkt werden 4.700 Aussteller aus 80 Ländern erwartet, 85 Prozent davon kommen aus dem Ausland. „Die Nachfrage und das große Vertrauen des Marktes sind überwältigend. Pro Leitmesse sind die internationalen Topmarken und interessante Newcomer dabei. Damit zeigen wir eine einmalige Bandbreite an Qualität und Vielfalt. Die ganze Welt ist wieder in Frankfurt Zuhause“, sagt Ferger und unterstreicht damit die internationale Bedeutung der Veranstaltungen.

Die Ambiente zeigt einen einzigartigen Mix an neuen Ideen und Produkten. Der gute Anmeldestand zeigt: Im Bereich Dining ist sie die große Bühne für alles, was Kochen und den Haushalt leichter und das Essen schöner macht. Aussteller wie Cristel, Dibbern, Robbe & Berking, Rosenthal, Sodastream, Tramontina oder Westmark bringen Glanz und Abwechslung auf den Tisch. Neu ist der Fokus auf das Trendthema Backen, das einen eigenen Platz bei Kitchen, Accessories & Baking in den Hallen 9.0 und 9.1 findet. Auch die neue Produktgruppe Clean Home in den Hallen 9.2 und 9.3 ist sehr gut belegt. Zu den wachsenden Segmenten zählt weiterhin das HoReCa-Segment in Halle 11.0 mit Ausstellern wie BHS tabletop, RAK, Steelite oder Villeroy & Boch Hotelerie und macht die Ambiente für neue Besucherzielgruppen aus Hotel, Gastronomie und Catering noch attraktiver und zum Pflichtevent der Branche.

Ambiente Living, Giving und Working integrieren attraktive PBS-Sortimente

Ambiente Living wird erneut der internationale Treffpunkt für Interior Design und bildet die angesagten Einrichtungsströmungen mit den wichtigsten Ausstellern und Produkten ab. Bei Interiors & Decoration in Halle 3.0. findet man alles zum Thema Einrichten und Dekorieren – mit Ausstellern wie Greengate, Gilde, Gries Deco mit der Marke Ipuro, IB Laursen, Kaheku, Kare Design oder Lightmakers mit der Marke Light & Living. Interior Design präsentiert in Halle 3.1 hochwertiges Design und die Neuheiten internationaler Marken wie Alessi, Blomus, Bloomingville, Georg Jensen, Guaxs, Lambert, Schlittler oder Stelton.

Auch Ambiente Giving geht mit synergiereichen Neuerungen an den Start: Im neuen Bereich Urban Gifts & Stationery finden Besucher*innen in der Halle 4.2 trend- und designorientierte Geschenke, schnelldrehende Produkte, dekorative Accessoires,

¹ Die Creativeworld wird wie bisher einen Tag später und damit erst am 4. Februar starten.

Schreibgeräte, Grußkarten, Taschen und persönliche Accessoires. Mit einem noch breiteren Stationery-Angebot an Papeterie, Grußkarten und Schreibgeräten wird hier die Auswahl attraktiver. Aussteller sind Artebene, AvanCarte, BSB Obpacher, Braun+Company, Caran d'Ache, Diplomat, Goldbuch, Kaweco und Perleberg – und moderne Geschenkartikelanbieter wie Cedon MuseumsShops, Izipizi, Mark's Europe oder Troika.

Direkt angrenzend präsentiert sich der ebenfalls neue Produktbereich Gift Ideas & School in der Halle 6.2 mit dekorativen und klassischen Geschenkartikeln, Souvenirs, traditionellem Handwerk und Accessoires. Aussteller wie Accentra, Cepewa, Sheepworld, Enesco, Modern Times, Polyflame, Nostalgic Art and Zöller & Born zeigen die Trends der Saison. Im neu hinzugefügten Bereich School präsentieren Aussteller wie Erich Krause, Gabol, Patio, Sportandem, Statovac oder Zipit ihre Highlights.

Der neue Bereich Ambiente Working mit der Sonderpräsentation Future of Work bietet in der Halle 3.1 Einrichtungsdesign und moderne Lösungen für Büro- und Arbeitsräume, Co-Working Spaces als auch für das (mobile) Arbeiten von zu Hause.

Der Produktbereich Office in der Halle 4.2 ist die neue Heimat für internationale Anbieter von Büroausstattung, -bedarf und -technik. Aussteller wie Durable, Herma, HSM und Novus Dahle sind perfekt eingebettet in die sich ergänzenden Bereiche Ambiente Living und Giving. Office ergänzt so zum einen mit seinem gewerblichen Bürobedarf das Contract Business-Angebot für die Ausstattung großer Objekte im Living-Bereich, zum anderen die Sortimente für den Einzelhandel im Giving-Bereich – mit Produkten für Schreibtisch, hochwertige Papier- und Schreibwaren, Schulbedarf sowie Geschenkartikel.

Einkäufer*innen finden das Produktsegment Remanexpo im Congress Center mit wiederaufbereiteten Druckerverbrauchsmaterialien und -komponenten, Druckerhardware und -software sowie Umwelt- und Entsorgungsprodukte. Aussteller wie Static Control, Pedro Schöller Print Service, Cross Imaging und General Machines präsentieren die neusten Techniken.

Christmasworld und Creativeworld komplettieren das Angebot

Die Kombination aus Ambiente, Christmasworld und Creativeworld schafft für den Handel weitere außergewöhnliche Potenziale, denn er kann sich zusätzlich mit Eyecatchern für die umsatzstärkste Zeit des Jahres eindecken und die neuesten DIY-Trends abholen. Sortimente, die über alle Handelsformen hinweg zunehmend zusammen wachsen. Für die Christmasworld haben sich Topmarken wie Blachere, Boltze, Duni, Edelman, Exotica Cor Mulder, Gnosjö Konstsmide, Goodwill, G. Wurm, Hoff-Interieur, Inge's Christmas Decor, Kaemingk, und Koopman angemeldet. Neu hinzu kommen Stationery-Hersteller für Bänder und Verpackungen wie Francesco Brizzolari, Saul Sadoch oder Zöllner-Wiethoff. Damit wird die Christmasworld ab 2023 durch das hochattraktive Produktsortiment der Geschenkverpackung ergänzt. Die international führende Fachmesse für saisonale Dekoration und Festschmuck überzeugt mit einem attraktiven internationalen Produktmix und kurzen Wegen. Die klassischen Christmasworld-Besucher profitieren insbesondere von der Nähe zu Urban Gifts & Stationery in der Halle 4.2 und Gift Ideas & School in der Halle 6.2. Die Christmasworld setzt weiterhin auf die umsatzstärkste und emotionalste Zeit des Jahres und nutzt den Erfolgsfaktor Erlebnis wie keine andere Konsumgütermesse.

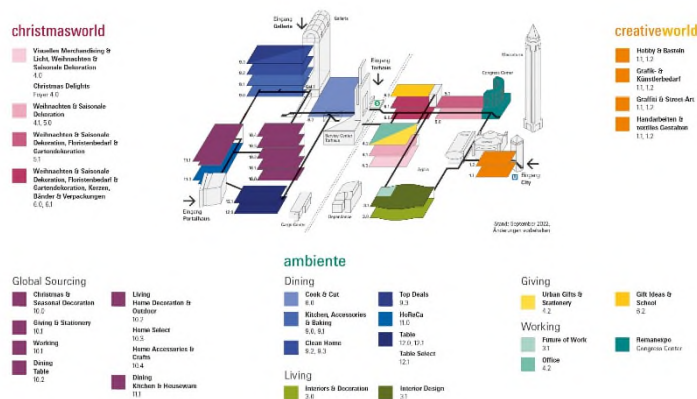
Auch bei der Creativeworld, der internationalen Leitmesse für den Hobby-, Bastel- und Künstlerbedarf, sind alle Leuchttürme und Marktführer aus allen Produktsegmenten mit

von der Partie, darunter zum Beispiel Clairefontaine, F.I.L.A. Gruppe, Folia, Kreul, Kuretake, Marabu, Rayher, Royal Brush, Royal Talens, Schmincke und Staedtler. Die Aussteller zeigen innovative Artikel für das kreative Hobby, Materialien für Grafik und Künstlerbedarf, Kunsthandwerk und Textildesign sowie Graffiti und Street Art. Zum ersten Mal bereichern auch Produkte für das kreative Schreiben und Zeichnen das Angebot. Zahlreiche klassische Schreibgerätehersteller bauen ihr Produktportfolio in Richtung Kreativmaterialien aus, daher ist der gemeinsame Auftritt unter dem Dach der Creativeworld ein für den Markt logischer Schritt. Zu den neuen Aussteller zählen zum Beispiel Centropen, Schneider Schreibgeräte oder der Schreibgerätehersteller Stylex.

Mit dieser Neuaufstellung profitiert der Handel von einem unvergleichlichen Crossover an Produktgruppen, Themen, Segmenten und Synergien.

Neue Wege, mehr Kontakte

Der neue Produktmix bringt Händler*innen mehr Geschäftserfolg – und das nicht nur durch mehr Auswahl an Produkten, sondern durch mehr Möglichkeiten, neue Geschäftspartner zu finden und jeder Menge Inspirationen vor Ort. Gleichzeitig führt der One-Stop-Shop im Februar Ausstellern zusätzliche Besucherzielgruppen zu.



Mit einer neuen Hallenbelegung sollen die Kernsegmente gestärkt und Zukunftsfelder erschlossen werden. Grafik: Messe Frankfurt

Darüber hinaus finden Facheinkäufer*innen von großen Volumina im neuen gebündelten Global Sourcing Bereich ein weltweit einzigartiges Angebotspektrum von industriell bis hin zu handwerklich gefertigter Waren. Auf insgesamt sechs Hallenebenen in den Hallen 10 und 11.1 präsentieren Gemeinschaftsstände und Individualaussteller aus Asien, Südamerika, Afrika und Osteuropa ihre Neuheiten. Durch die Parallelität steht somit erstmalig das globale Sourcing Angebot von Ambiente Dining, Living, Giving und Working sowie der Christmasworld zusammen im Fokus. „Damit schaffen wir die größte Sourcing Plattform außerhalb Chinas in Frankfurt am Main – mit prominenten Teilnehmern wie World Trade Fair Organisation (WFTO) oder Centre for the Promotion of Imports from Developing Countries (CBI), die spannende, nachhaltige Projekte aus aller Welt vorstellen. Und zu uns kann man reisen und ordern“, betont Ferger.

Metathemen und Trends verschaffen den entscheidenden Vorsprung

Neben den Ambiente, Christmasworld und Creativeworld Trends, die vom Stilbüro bora.herke.palmisano im Auftrag der Messe Frankfurt entwickelt werden und in eindrucksvollen Präsentationen die wichtigsten Strömungen, Trends und Neuheiten inszenieren, erwarten die Besucher*innen weitere Highlights. Dabei spielen die Metathemen der Konsumgüterbranche, allen voran Sustainability, aber auch Lifestyle und Design, New Work, Future Retail und Digital Expansion of Trade im Rahmenprogramm die tragende Rolle. Sie sind überall auf dem Gelände präsent und bieten vielfältige Inspirationsmöglichkeiten.

Fünf Academies machen mit Topreferenten fit für die Herausforderungen der Zukunft – hierzu zählt die Conzoom Solutions Academy sowie die Future of Work Academy, die HoReCa Academy, die Creative Academy und die Remanexpo Academy in ihren jeweiligen Hallenebenen. Neu sind die Ethical Style Spots, die sich über das gesamte Gelände erstrecken und den Fokus auf besonders nachhaltige Lösungen aus der Konsumgüterbranche legen. Zusätzlich führt das kuratierte Special Interest Ethical Style gezielt Angebot und Nachfrage zum Metathema Sustainability über alle drei Messen hinweg zusammen. Im Future of Work-Areal der Ambiente erleben die Fachbesucher*innen, wie die Welt des Arbeitens in Zukunft aussieht und welche Produkte im Mittelpunkt stehen. Hier befindet sich auch die Future of Work Academy mit spannenden Fachvorträgen zu Themen rund um das Metathema New Work.

Bei Decoration Unlimited auf der Christmasworld steht der Wow-Effekt im Zentrum. Diesmal lautet das Motto Down to Earth. Die Präsentation zeigt, wie mit saisonaler Dekoration das Erlebnis am Point of Sale gesteigert werden kann. Auf der Creativeworld wird wieder der Creative Impulse Award in fünf Kategorien verliehen, der Produkte aus dem Hobby und Bastelbereich auszeichnet – denn der DIY-Boom ist ungebrochen.

Weiterhin ist die Nachwuchsförderung ein wichtiges Thema der Ambiente. Mit den Sonderpräsentationen Talents, Solutions, Next und das auf deutsche Beteiligung ausgerichtete BMWK-Areal dreht sich alles um Start-Ups, junge Designer oder interessante Produktneuheiten. Auch hier spielt Nachhaltigkeit eine wichtige Rolle.

Smarte digitale Ergänzungen

Über die Digital Extensions parallel zu den Leitmessen vor Ort können Besucher*innen physisch, hybrid oder rein digital teilnehmen. Das heißt, sie können sowohl live dabei sein als auch vorher, währenddessen und im Nachgang online netzwerken und die Aussteller-Highlights erleben. Aussteller nutzen die Matchmaking-Plattform, um ihre Produkte vorzustellen und sich in Videocalls oder Live-Streams direkt mit Besuchern zu vernetzen. Die Digital Extensions stehen bereits vor Messebeginn zur Verfügung, um das eigene Unternehmens- oder Einkäuferprofil zu erstellen, auf Kontaktsuche zu gehen und Termine zu vereinbaren. Gleichzeitig bleibt die Plattform auch nach der Veranstaltung noch einige Zeit zugänglich. So wird ein optimales Nachmessegeschäft ermöglicht und bietet die Chance auch im Nachhinein wichtige Geschäftskontakte zu knüpfen. Hier gilt für Aussteller wie Besucher*innen: Je genauer das Profil und die Interessen beschrieben werden, desto effektiver ist das Matchmaking, das automatisiert passende Leads zusammenführt und bei der Neukundengewinnung unterstützt.

Zusätzlich wird die Verzahnung von real und digital durch weitere digitale Services erweitert. An 365 Tagen im Jahr steht zum Beispiel die Online-Ausstellersuche mit allen

relevanten Produkt- und Herstellerinformationen zur Verfügung. Die neue Plattform nmedia.hub (früher Nextrade) für das digitale Ordergeschäft optimiert noch weiter die Bestellmöglichkeiten. Mehr als 400 Marken ermöglichen es Händlern über nmedia.hub digital zu ordern und aktuelle Produkt- und Bilddaten für Händler-Online-Shops zu beziehen. Rund 20.000 Händler profitieren bereits davon. Conzoom Solutions, die Informationsplattform für den Handel, greift die Messethemen gezielt auf und vertieft sie das ganze Jahr mit Interviews, Videos oder Podcasts. Die unterjährigen Online-Events mit Topreferenten aus der Branche verkürzen die Zeit bis zum nächsten realen Austausch. So werden Aussteller und Besucher*innen vor, während, nach der Messe und das ganze Jahr über informiert und vernetzt.

Die zusätzlichen digitalen Services der Messe Frankfurt machen die Teilnahme an den Veranstaltungen mit weiteren Angeboten für Aussteller und Besucher*innen noch effizienter. Denn: Branchen-Ökosysteme, die sich an veränderte Anforderungen, verkürzte Innovationszyklen und dynamische Lieferketten anpassen, brauchen flexible Touchpoints – vor Ort und digital. „Vier konkrete Arbeitsfelder – smart connect, smart touchpoints, smart data und smart reach, die sich in Lösungen für Aussteller und Besucher*innen manifestieren, bauen wir zukünftig für unsere Kunden weiter aus. Mit diesen smarten ergänzenden Online-Angeboten zu unseren physischen Messen möchten wir für unsere Kunden der beste Partner für geschäftliche Begegnungen sein“, betont Ferger abschließend.

Die Ambiente, Christmasworld und Creativeworld finden zukünftig zeitgleich auf dem Frankfurter Messegelände statt.

Ambiente/Christmasworld: 3. bis 7. Februar 2023
Creativeworld: 4. bis 7. Februar 2023

Hinweis für Journalist*innen:

Inspirationen, Trends, Styles und Persönlichkeiten entdecken Sie im [Ambiente Blog](#) und weiteres Expertenwissen auf [Conzoom Solutions](#).

Presseinformationen & Bildmaterial:

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

Ins Netz gegangen:

www.facebook.com/ambientefair | www.twitter.com/ambiente
www.instagram.com/ambientefair | www.ambiente-blog.com
www.linkedin.com/company/ambientefair

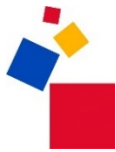
www.facebook.com/christmasworld/ | www.instagram.com/christmasworld.frankfurt/
www.linkedin.com/company/christmasworldfrankfurt | <https://twitter.com/ChristmasworldF>

www.facebook.com/creativeworld.frankfurt | www.instagram.com/creativeworld.frankfurt/
www.linkedin.com/company/creativeworldfrankfurt | <https://twitter.com/Creativeworld>

Hashtags:

#ambiente23 #ambientefair #welcomehome

#christmasworld23 #welcomehome #christmasbusiness
#creativeworld23 #welcomehome #creativeindustry



Ihr Kontakt:

Patricia Fritzsche / Katrin Westermeyr
Tel.: +49 69 75 75-6087/6893
patricia.fritzsche@messefrankfurt.com
katrin.westermeyr@messefrankfurt.com

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

www.messefrankfurt.com

Informationen zur Ambiente

Neue Blickwinkel eröffnen unentdeckte Chancen: Als die international führende Konsumgütermesse bildet die Ambiente den Wandel im Markt zukunftsorientiert ab. Sie zeigt fünf Tage lang einen einzigartigen Mix an Ideen und Produkten – und ist die Plattform für die weltweiten Trends. Für Tisch, Küche und Haushalt ist die Messe im Bereich Dining die unerreichte Nr. 1. Bei Living sind rund um Wohnen, Einrichten und Dekorieren alle Stilrichtungen und Marktsegmente erlebbar. Giving stellt Geschenke und persönliche Accessoires in allen Facetten vor und bietet zukünftig hochwertige Papeterie sowie Artikel rund um den Schulbedarf an. Der neue Bereich Working konkretisiert die Arbeitswelten von morgen. Mit den Zukunftsfeldern HoReCa und Contract Business verfügt die Ambiente zudem über eine ausgeprägte Ausrichtung auf das internationale Objektgeschäft. Die großen Themen Nachhaltigkeit, New Work, Design, Lifestyle, Digital Expansion of Trade und Future Retail begleiten die Veranstaltung genauso wie eine Vielzahl an Branchenevents, Nachwuchsprogrammen, Trendinszenierungen und Preisverleihungen. Aufgrund ihres in Breite und Tiefe konkurrenzlosen Produktangebots ist sie weltweit einzigartig und bietet für das Knüpfen von Kontakten und die Suche nach neuen Geschäftspartnern die besten Verbindung.
ambiente.messefrankfurt.com

Informationen zur Christmasworld

Die Christmasworld fokussiert die umsatzstärkste und emotionalste Zeit des Jahres und spielt den Erfolgsfaktor Erlebnis am „Point of Sale“ wie keine andere Konsumgüterfachmesse aus. Damit ist sie der weltweit wichtigste Order-Termin für die internationale Deko- und Festschmuckbranche. Sie zeigt jährlich in Frankfurt die neuesten Produkte und Trends für Weihnachten sowie alle weiteren festlichen Anlässe. Zusätzlich liefert sie innovative Konzeptideen für die Dekoration von Groß- und Außenflächen für den Groß- und Einzelhandel, Shoppingcenter und Innenstädte. Die Christmasworld wartet mit der gesamten Bandbreite an Dekorations- und Festschmuckartikeln auf – von der mundgeblasenen Weihnachtsbaumkugel über Bänder und Verpackungen bis zur großflächigen Lichtinszenierung für Shoppingcenter und Innenstädte.
christmasworld.messefrankfurt.com

Informationen zur Creativeworld

Die Creativeworld ist die weltweit wichtigste Fachmesse für die internationale Hobby-, Bastel- und Künstlerbedarfsbranche. Die Aussteller zeigen Produktneuheiten, Techniken und Materialien zum dekorativen Basteln, für den Grafik- und Künstlerbedarf, Handarbeit und textiles Gestalten, Graffiti und Street Art 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

Welcome Home

Unter dem Motto „Home of Consumer Goods – Welcome Home“ finden vom 3./4. bis 7. Februar 2023 erstmalig die Ambiente, die Christmasworld und die Creativeworld zeitgleich auf einem der modernsten Messegelände der Welt statt. Die damit neu kreierte Kombination aus drei erfolgreichen Leitmessen an einem Ort zu einem Zeitpunkt verbindet so deren Stärken und bietet damit ein bisher unerreichtes, simultan verfügbares, zukunftsorientiertes Produktangebot in Qualität und Quantität. Das weltweite Geschäft mit großen Volumen wird intensiviert. Die Messe Frankfurt bietet auch künftig die größte Plattform für Global Sourcing außerhalb Chinas. Frankfurt ist damit das Zentrum der globalen Ordersaison, stärkt Synergieeffekte und Effizienz für alle Beteiligten und ist so der eine, umfassende Inspirations-, Order- und Netzwerktermin für eine globalisierte Branche. Hier werden die angesagten Trends präsentiert und die globalen Metatrends erfah- und sichtbar.

nmedia.hub – Die Order- und Contentplattform der Home&Living Branche

Das digitale Order- und Contentmanagement für Marken und Händler*innen der Konsumgüterbranche verlängert die Messe und ermöglicht Bestellungen zu jeder Tages- und Nachtzeit an 365 Tagen im Jahr.

nmedia.solutions

Hintergrundinformation Messe Frankfurt

Die Unternehmensgruppe Messe Frankfurt gehört zu den weltweit führenden Messe-, Kongress- und Eventveranstaltern mit eigenem Gelände. Rund 2.200 Mitarbeitende im Stammhaus in Frankfurt am Main und in 28 Tochtergesellschaften organisieren Veranstaltungen weltweit. Der Jahresumsatz 2021 betrug rund 154 Millionen Euro und war pandemiebedingt zum zweiten Mal in Folge deutlich geringer, nachdem 2019 noch mit einem Konzernumsatz von 736 Millionen Euro abgeschlossen werden konnte. Die Geschäftsinteressen unserer Kund*innen unterstützen wir effizient im Rahmen unserer Geschäftsfelder „Fairs & Events“, „Locations“ und „Services“. Nachhaltiges Handeln ist eine zentrale Säule in unserer Unternehmensstrategie und definiert sich in einer Balance zwischen ökologischem und ökonomischem Handeln, sozialer Verantwortung und Vielfalt. Eine weitere Stärke der Messe Frankfurt ist ihr leistungsstarkes globales Vertriebsnetz, das engmaschig rund 180 Länder in allen Weltregionen abdeckt. Unser umfassendes Dienstleistungsangebot – onsite und online – gewährleistet Kund*innen weltweit eine gleichbleibend hohe Qualität und Flexibilität bei der Planung, Organisation und Durchführung ihrer Veranstaltung. Mittels digitaler Expertise entwickeln wir neue Geschäftsmodelle. Die Servicepalette reicht 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