

ambiente

christmasworld

creativeworld

Ausblick auf die Wachstumsfelder und Highlights 2024

Frankfurt am Main, 09.05.2023. Die internationalen Konsumgüterleitmessens Ambiente, Christmasworld und Creativeworld fanden im Februar 2023 erstmals gemeinsam auf dem Frankfurter Messegelände statt. Unter dem Motto „Home of Consumer Goods“ definierte das Messetrio die wichtigste und größte Netzwerkplattform neu und bildete die Drehscheibe für die globale Konsumgüterbranche. In einem kurzen Boxenstopp stehen Julia Uherek und Philipp Ferger Rede und Antwort und verraten, was für 2024 geplant ist und auf welche Neuerungen sich Aussteller und Besucher*innen schon jetzt freuen können.

„Wow – das Comeback war sensationell und überwältigend“, eröffnet Julia Uherek, Bereichsleiterin Consumer Goods Fairs, das Gespräch. Nach über zwei Jahren Pause traf sich die internationale Konsumgüterbranche endlich wieder vor Ort in Frankfurt. Die drei Konsumgütermessen belegten das gesamte Messegelände und empfingen 154.000 Besucher*innen aus 170 Teilnehmernationen. „Der hohe Internationalitätsgrad und die grandiosen Zufriedenheitswerte haben alle Erwartungen übertroffen. Frankfurt ist der One-Stop-Shop für die globale Konsumgüterbranche“, sagt Uherek. In den ausgebuchten Messehallen herrschte fünf Tage lang euphorische Wiedersehensfreude und rege Orderlaune. „Mit den drei Leitmessens zusammen haben wir es geschafft, weltweit einzigartige Synergieeffekte zu schaffen. Das belegen unsere Marktforschungserhebungen. Jetzt ist es Zeit für das Finetuning, es gibt Optimierungspotenziale, die wir nutzen wollen“, ergänzt Bereichsleiter Philipp Ferger. Für 2024 sollen unter Einbeziehung des Feedbacks der Aussteller und Besucher*innen Optimierungen vorgenommen werden, um Wachstumspotenziale für Neuaussteller zu schaffen und die Wegeführung für die unterschiedlichen Zielgruppen zu verbessern. „Wir freuen uns bei allen drei Messens über eine enorme Rückbucherquote – wir sind im Grunde schon heute überbucht. Auch bei der Christmasworld und Creativeworld sind die Big Player zurück. Das ist ein tolles Zeichen des Vertrauens aus der Branche an uns und spornt uns an, im kommenden Jahr noch besser zu werden“, so Ferger. Die Herausforderung sei nun, allen Bedürfnissen nachzukommen und in einem ausgebuchten Messegelände Raum für Wachstum zu schaffen: „Wir stehen mit den Firmen in Kontakt, um geeignete Flächen anzubieten. Als Messeveranstalter wollen wir unseren Ausstellern die bestmögliche Platzierung und gleichzeitig unseren Besucher*innen die größtmögliche Vielfalt bieten.“

Was ändert sich in 2024?

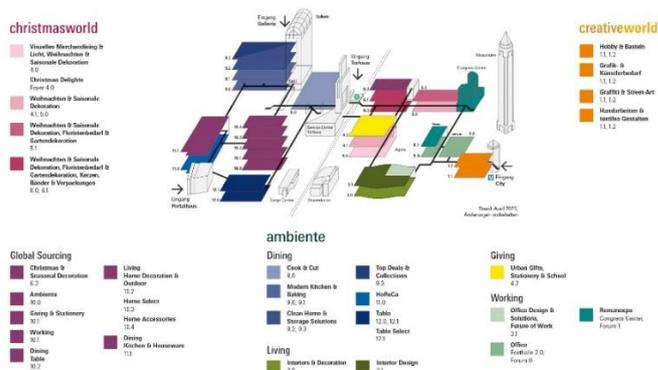
Die Zeichen stehen qualitativ und quantitativ auf Wachstum – vor allem bei Ambiente Dining und Working sowie im Bereich Global Sourcing der Ambiente und der Christmasworld. Im Dining-Segment bleibt die Ambiente mit einer einzigartigen Produktvielfalt rund um Tisch, Küche und Haushalt weltweit die unangefochtene Nr. 1. „Wir sind mit vielen Ausstellern, die 2023 nicht ausgestellt haben, im Gespräch. Mit Fackelmann, Kuhn Rikon und Zwiesel besprechen wir zum Beispiel gerade Platzierungsmöglichkeiten. Die neue Aufplanung im Westgelände bietet kurze Wege und optimale Strukturen für die Einkäufer*innen. Hier gibt es nur kleine Optimierungen“, erklärt Ferger. Zur besseren Beschreibung der Sortimente werden die Produktgruppen in Halle 9.2 zu „Clean Home &

Storage Solutions“ und in Halle 9.3 zu „Top Deals & Collections“ umbenannt. „HoReCa ist und bleibt weiterhin ein strategisches Wachstumsfeld. Das schließt eine Erweiterung des Programms in der Halle 11, aber auch außerhalb nicht aus. Beispielsweise wird die HoReCa Academy ins Foyer umziehen, um mehr Fläche für bereits angemeldete Neuaussteller zu generieren“, sagt Ferger. In der Halle 11 gibt es eine klare Fokussierung auf die Segmente „Front of House“ und „Out of House“. Angebote aus dem Bereich „Back of House“ sind zukünftig im Umfeld Cook & Cut in der Halle 8 zu finden.

Wachstumssegment Working

Neues gibt es auch bei Ambiente Working: Nach der positiven Resonanz auf den erstmals eingeführten Lebensbereich wird für 2024 mit der Festhalle und dem Forum zusätzlicher Raum für Wachstum eingeplant. Office-Anbieter für gewerblichen Bürobedarf und -technik ziehen ins Forum 0 und in die Festhalle. Remanexpo, die Plattform für wiederaufbereitete Druckerkomponenten, ist im Congress Center und zusätzlich im Forum 1 lokalisiert. Das Gesamtangebot an Geschenkartikeln, Schulbedarf, Papier- und Schreibwaren ist zukünftig unter einem Dach in Halle 4.2 vereint und erweitert den Bereich Urban Gifts, Stationery & School. „Wir planen für das PBS-Segment zusätzliche Flächen ein, die uns in 2023 nicht zur Verfügung standen“, so Ferger. „Damit schaffen wir einen eigenen PBS-Kosmos mit einem effizienteren Rundlauf im Ostgelände mit direkter Anbindung zu Interior Design und Urban Gifts, Stationery & School. Hier freuen wir uns bereits über zahlreiche Anmeldungen aus dem Kreis der PBS-Markenindustrie, wie die Firmen Jakob Maul, Sigel oder Han. Fachbesucher*innen und Einkäufer*innen aus dem gewerblichen Bereich profitieren von der optimierten Wegeführung und der Nähe zur Creativeworld. Das Angebot rund um das Areal Future of Work bekommt mit „Office Design & Solutions“ einen neuen Namen und zieht auf die Ostseite der Halle 3.1. Das Messe-Highlight Future of Work spiegelt damit weiterhin die Facetten des Metatrends New Work in einem attraktiven Interior Design Umfeld. Neu hinzu kommt ein Förderareal für junge, innovative Anbieter, die die Ambiente als Sprungbrett nutzen können.

Somit kann die Fachhandelseite mit europäischen Marken und Anbietern im Ostgelände wachsen, aber auch PBS-Volumenanbieter erhalten mehr Raum im Westgelände. Denn als größte Plattform außerhalb Chinas wird der Bereich Global Sourcing der Ambiente sowie der Christmasworld strategisch weiter ausgebaut: Für das wachsende Angebot in den Segmenten Ambiente Giving sowie Working rund um Stationery, Office mit Bürobedarf und -technik und im Bereich Dining rund um den gedeckten Tisch wird die Halle 10 neu aufgeplant. Dafür zieht das Global Sourcing-Angebot der Christmasworld in die Halle 6.2. und damit in die Veranstaltung.



Der neue Hallenplan des Messegeländes in Frankfurt zur Ambiente, Christmasworld und Creativeworld 2024. Foto: Messe Frankfurt.

Darüber hinaus steht weiterhin das B2B-spezialisierte Geschäft im Fokus: „Mit unseren Special Interest-Kennzeichnungen ‚HoReCa‘, ‚Contract Business‘ und ‚Concept Decoration‘ führen wir gezielt Angebot und Nachfrage zusammen. Wir möchten mit unserem gesamten Angebot noch attraktiver für die spezialisierten Einkäufer*innen aus Hotellerie und Gastronomie, Interior Design, Büroausstattung, Architektur und Projektplanung sein“, erklärt Julia Uherek. Der Bereich Concept Decoration der Christmasworld sowie die Contract Business- und HoReCa Business-Ausrichtung der Ambiente werden zielgruppenspezifisch weiter ausgebaut. Diesen Besuchergruppen sollen zukünftig gesonderte Areale, Lounges, Vorträge oder Führungen über die Messe zur Verfügung stehen.

Was sind die Metathemen 2024?

Besucher*innen können sich auf aktuelle Trends, frische Impulse und wertvolles Fachwissen rund um die Metathemen Design & Lifestyle, New Work, Nachhaltigkeit, Digitalisierung und Future Retail freuen. Die spannenden Fokusthemen spiegeln sich in dem umfangreichen Rahmenprogramm, wie den Expert*innenvorträgen in den Academies oder den Trendschauen der drei Messen. Highlights bleiben auch die inspirierenden Sonderpräsentationen wie „Decoration Unlimited“ der Christmasworld, die Vergabe von Awards wie dem Creative Impulse Award auf der Creativeworld sowie die Talents, das Förderprogramm für talentierte Nachwuchsdesigner*innen auf der Ambiente. „Die Ambiente war schon immer Treffpunkt für Designer*innen aus aller Welt. 2024 wollen wir mehr Begegnungsmöglichkeiten für Designer*innen mit Ausstellern, Besucher*innen und Medien schaffen und planen dafür mehr Sichtbarkeit und bessere Anknüpfungspunkte für die Design-Community“, verrät Uherek.

Das wichtige Metathema Nachhaltigkeit wird sich weiterhin wie ein roter Faden durch alle Messehallen ziehen. Das „Ethical Style“ Programm der drei Messen kennzeichnet gezielt Aussteller mit ökologisch hergestellten und sozial verträglichen Produkten. Unternehmen können sich wieder für das Programm bewerben und sich von einer unabhängigen Jury aus internationalen Expert*innen prüfen lassen. Außerdem wird es erneut „Ethical Style Spots“ auf dem Gelände geben. Die kuratierten Sonderpräsentationen zeigen innovative Produktwelten, die Design und Nachhaltigkeit vereinen. „Damit kreieren wir einen internationalen Handelsplatz für nachhaltige Konsumgüter und gewerbliche Einrichtungen, inspirieren zum Umdenken und treiben den Wandel der Branche voran“, betont Uherek.

Was tut sich bei den digitalen Angeboten?

Durch die vielfältigen digitalen Services sind die zukunftsorientierten Metathemen auch unterjährig stark präsent: Die ergänzenden Onlineplattformen wie Conzoom Solutions, die Orderplattform Nmedia.hub, die digitale Aussteller- und Produktsuche, die Social-Media-Kanäle sowie ein smartes Matchmaking liefern dem Handel ganzjährig frische Impulse, einen Überblick über relevante Branchenthemen sowie die Möglichkeit zum Ordern und Netzwerken. „Die Messe Frankfurt ist ganzjähriger Business Enabler. Zur Messe legen wir den Fokus jedoch ganz klar auf das Live-Messeerlebnis. Das heißt, die Digital Extension ist während der Messen zur unkomplizierten Kontaktaufnahme zwischen Ausstellern und Besucher*innen nutzbar. Dafür bauen wir unsere unterjährigen Online-Events im Rahmen der Digital Academy aus – und fördern das Matchmaking innerhalb der globalen Branche“, sagt Julia Uherek. Das erste Online-Event mit Fokus auf Nachhaltigkeit findet am 24. Mai 2023 von 10-11:00 Uhr statt. Weitere Online-Events rund um die Metathemen und mit spannenden Referent*innen folgen. „Sie sind herzlich eingeladen – diese Termine dürfen Sie nicht verpassen. Es wird sich lohnen“, empfiehlt Julia Uherek am Ende des Gesprächs.

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

Ambiente/Christmasworld: 26. bis 30. Januar 2024
Creativeworld: 27. bis 30. Januar 2024

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/

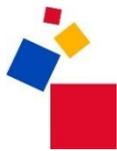
www.linkedin.com/company/creativeworldfrankfurt | <https://twitter.com/Creativeworld>

Hashtags:

#ambiente24 #ambientefair #homeofconsumergoods

#christmasworld24 #christmasbusiness #homeofconsumergoods

#creativeworld24 #creativeindustry #homeofconsumergoods



Ihr Kontakt:

Erdmann Kilian

Tel.: +49 69 75 75-5871

Erdmann.Kilian@messefrankfurt.com

Messe Frankfurt Exhibition GmbH

Ludwig-Erhard-Anlage 1

60327 Frankfurt am Main

www.messefrankfurt.com

Internationale Leitmesse Ambiente

Neue Blickwinkel eröffnen unentdeckte Chancen: Als international führende Konsumgütermesse und Plattform für die gewerbliche Ausstattung und Einrichtung aller Lebensbereiche 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 hochwertige Papeterie sowie Artikel rund um den Schulbedarf an. Der 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 Verbindungen.

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

Home of Consumer Goods

Unter dem Motto „Home of Consumer Goods“ finden vom 26./27. bis 30. Januar 2024 die Ambiente, die Christmasworld und die Creativeworld zeitgleich auf einem der modernsten Messegelände der Welt statt. Die 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 erfahr- 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 Konzernumsatz betrug im Geschäftsjahr 2022 rund 450* Millionen Euro. Die Geschäftsinteressen unserer Kund*innen unterstützen wir effizient im Rahmen unserer

Geschäftsfelder „Fairs & Events“, „Locations“ und „Services“. Eine entscheidende 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.

Nachhaltigkeit ist eine zentrale Säule unserer Unternehmensstrategie. Dabei bewegen wir uns in einer Balance zwischen ökologischem und ökonomischem Handeln, sozialer Verantwortung und Vielfalt.

Weitere Informationen: www.messefrankfurt.com/sustainability

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 2022