

ambiente

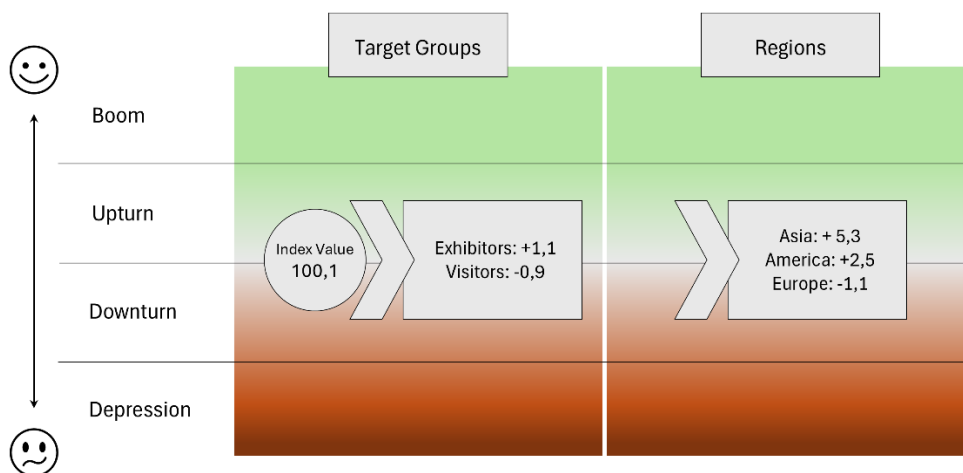
christmasworld

creativeworld

Neuer globaler Branchenindex zu Konsumgütersegmenten zeigt: US-Unternehmen sehen sich am stärksten von Zöllen betroffen

Frankfurt am Main/Köln, Februar 2026. Mit dem neuen Branchenindex legen das IFH KÖLN und die Messe Frankfurt erstmals ein internationales Stimmungsbarometer für messerelevante Konsumgütersegmente vor. Die erste Erhebung zeigt: Die Stimmungslage ist durchwachsen. Politische Unsicherheiten, Preisdruck und schwache Wachstumsimpulse stellen Unternehmen vor Herausforderungen. Während Asien und die USA vergleichsweise dynamisch in die Zukunft blicken, zeigt sich Europa abwartender. Insgesamt wird die eigene Geschäftslage zuversichtlicher bewertet als die der gesamten Branchen. Durchgängig wird weniger Regulierung gefordert.

The global business climate is mixed



fx

Composition of the Index: A total of 8 items on the (current/future) situation of the industry and your own company are included in the index
Calculation of the Index: $100 + \text{sum}(Q1.a \text{ mean index values} + \dots + Q2.e/f/g \text{ mean index values})$

Der neue IFH-Branchenindex zeigt die aktuelle Stimmung in der globalen Konsumgüterindustrie. Foto: IFH KÖLN

Mit dem neuen Branchenindex präsentieren das IFH KÖLN und die Messe Frankfurt erstmals ein internationales Stimmungs- und Trendbarometer für Unternehmen der messerelevanten Konsumgüterbranchen. Ziel ist es, frühzeitig Stimmungen, Entwicklungen und Trends sichtbar zu machen und Unternehmen damit eine fundierte Grundlage für strategische Entscheidungen zu bieten. Für die erste Erhebungswelle wurden 945 Aussteller und Besucher*innen der Messe Frankfurt aus über 60 Ländern – unter anderem Deutschland, Belgien, China und den USA – befragt. Der Auftakt zeigt eine insgesamt durchwachsene Stimmungslage: Mit einem Indexwert von 100,1 bewegt sich das Stimmungsbild auf stabilem, aber verhaltenem Niveau. Europa liegt mit 98,9 leicht unter dem internationalen Vergleich, während die USA (102,5) und Asien (105,3) höhere Werte erreichen.

Politische Eingriffe und Handelskonflikte sind zentrale Belastungsfaktoren

Auch politische Rahmenbedingungen, Handelsdebatten und regulatorische Eingriffe beeinflussen die Stimmung in den messerelevanten Konsumgütersegmenten spürbar. Knapp jeder zweite Aussteller (47 %) und Besucher*innen (46 %) geht davon aus, dass politische Maßnahmen das eigene Geschäft negativ beeinflussen. Besonders Zölle und Handelsbeschränkungen spielen dabei eine zentrale Rolle: Rund die Hälfte der Aussteller (49 %) sieht sich hiervon konkret betroffen – international am stärksten in den USA (75 %), gefolgt von Asien (58 %) und Europa (33 %). Gleichzeitig geben 44 Prozent der Aussteller und 38 Prozent der Besucher*innen an, nur bedingt auf mögliche Änderungen bei Zöllen und Importbeschränkungen vorbereitet zu sein.

„Die Rahmenbedingungen bleiben herausfordernd – das zeigt auch der Branchenindex. Gleichzeitig senden die Unternehmen mit Blick auf ihre eigene Geschäftsentwicklung ermutigende Signale. Das starke Interesse an unseren Leitmesen Ambiente, Christmasworld und Creativeworld bestätigt diese Zuversicht. Zugleich ist der Wunsch der Branche klar: verlässliche Rahmenbedingungen und mehr unternehmerischer Handlungsspielraum statt zusätzlicher Regulierung“, sagt Detlef Braun, Geschäftsführer der Messe Frankfurt.

Eigene Geschäftsentwicklung wird positiver eingeschätzt als die Branche

In den kommenden sechs Monaten rechnen die Befragten nur bedingt mit einer Verbesserung der Gesamtlage in ihren Konsumgüterbranchen. Auf Ausstellerseite erwarten knapp drei von zehn (28 %) eine positive Entwicklung, während fast die Hälfte (49 %) von einer Verschlechterung ausgeht. Beim Blick auf das eigene Unternehmen zeigt sich jedoch ein etwas optimistischeres Bild: Mit jeweils 42 Prozent der Aussteller rechnet die Mehrheit mit einer Verbesserung oder zumindest Stabilität der eigenen Geschäftslage. Unter den Besucher*innen erwarten 27 Prozent eine positive Entwicklung, 47 Prozent einen gleichbleibenden Kurs. Auch auf europäischer Ebene zeigt sich beim Blick auf das eigene Unternehmen mehr Zuversicht als auf die Branche insgesamt.

„Viele Konsumgütersegmente stehen aktuell unter starkem Druck: Preiskämpfe und schrumpfende Margen belasten viele Unternehmen ebenso wie die anhaltende geopolitische Unsicherheit und steigende Produktionskosten. Diese Kombination zeigt klar: Die Unternehmen müssen jetzt aktiv werden. Wer seine Geschäftsmodelle weiterentwickelt, Wertschöpfungsketten widerstandsfähiger macht und notwendige strategische Anpassungen nicht länger aufschiebt, wird deutlich besser durch diese herausfordernde Phase kommen“, so Dr. Ralf Deckers, Bereichsleiter Strategic Insights & Analytics am IFH KÖLN.

Globale Konsumgütermärkte wachsen – Dynamik regional unterschiedlich

Auch die Wachstumsraten untermauern das vorsichtige Stimmungsbild: So wachsen sämtliche Konsumausgaben inklusive staatlicher und unternehmerischer Ausgaben in Europa um 1,7 Prozent, während die USA mit 3 Prozent und Asien mit 3,7 Prozent dynamischer abschneiden. Bei den privaten Konsumausgaben kommt Europa nur auf 0,4 Prozent, wohingegen die USA 2,7 Prozent und Asien 4,6 Prozent erreichen. Das weltweite Umsatzvolumen der betrachteten Konsumgüterbranchen beläuft sich auf rund 946 Milliarden Euro.

Über den Branchenindex

Für die erste Erhebungswelle des Branchenindex des IFH KÖLN und der Messe Frankfurt wurden von Dezember 2025 bis Januar 2026 insgesamt 945 Aussteller und Besucher*innen der Messe Frankfurt aus mehr als 60 Ländern befragt. Auf Ausstellerseite entfielen 61 Prozent auf die Industrie und 39 Prozent auf den Großhandel. Unter den Besucher*innen stammten 73 Prozent aus dem Einzelhandel, während 27 Prozent dem Bereich der Service Provider zuzuordnen waren. Ziel ist es, relevante Entwicklungen, Stimmungen und Trends in den Konsumgütersegmenten der Ambiente, Christmasworld und Creativeworld frühzeitig zu identifizieren und Unternehmen eine datengestützte Grundlage für strategische Entscheidungen bereitzustellen.

Zu den betrachteten Konsumgütersegmenten gehören unter anderem: GPK/Hausrat, Elektrokleingeräte, Wohnleuchten, Kleinmöbel, Gartenausstattung/-dekoration, PBS-Artikel, Lederwaren & Accessoires, Basteln & Kreatives Gestalten, Malen & Zeichnen, Graffiti & Street Art, Handarbeiten & Textiles Gestalten, Weihnachtsartikel, Kerzen, Gestecke, Kränze, Kunst- und Trockenblumen, Festartikel.

Der Branchenindex kann [hier](#) heruntergeladen werden.

Hinweis für Journalist*innen:

Tagesaktuelle News, Expertenwissen und Ideen für den Handel entdecken Sie auf [Conzoom Solutions](#). Mit dem Netzwerk [Conzoom Circle](#) verknüpft die Messe Frankfurt die international bedeutendsten Plattformen für die globale Konsumgüter- und Handelsbranche und bündelt online Branchenwissen und -kompetenz.

Über das IFH KÖLN

Als Brancheninsider liefert das IFH KÖLN Informationen, Marktforschung und Beratung zu handelsrelevanten Fragestellungen rund um eine erfolgreiche Gestaltung der Zukunft und der Entwicklung passender Geschäftsmodelle. Das IFH KÖLN ist erster Ansprechpartner für unabhängige, fundierte Daten, Analysen und Strategien, die Unternehmen und Handelsstandorte erfolgreich und zukunftsfähig machen. Durch die Betrachtung von Märkten, Kunden und dem Wettbewerb, bietet das IFH KÖLN einen 360°-Blick für die Strategieableitung bei handelsrelevanten Themen. In maßgeschneiderten Projekten werden Kunden bei strategischen Fragen rund um Digitalstrategien, bei der Entwicklung neuer Märkte und Zielgruppen oder bei Fragen der Kanalexzellenz unterstützt. Mit der Tochtermarke ECC KÖLN ist das IFH KÖLN seit 1999 im E-Commerce aktiv und widmet sich dem Community- und Knowhow-Transfer für die Digitalisierung im Handel.

Mehr unter: www.ifhkoeln.de

Presseinformationen & Bildmaterial:

ambiente.messefrankfurt.com/presse |

christmasworld.messefrankfurt.com/presse | creativeworld.messefrankfurt.com/presse

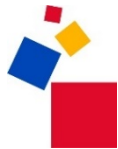
Ins Netz gegangen:

www.facebook.com/ambientefair | 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

www.facebook.com/creativeworld.frankfurt | www.instagram.com/creativeworld.frankfurt/
www.linkedin.com/company/creativeworldfrankfurt

Hashtags: #ambiente26 #ambientefair | #christmasworld26 #christmasbusiness |
#creativeworld26 #creativeindustry



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