

## ambiente christmasworld creativeworld

### Starke Synergie, hohe Effizienz, maximale Inspiration: das neue Business-Zuhause der PBS-Branche

**Frankfurt am Main, 16.02.2022. Ab 2023 werden die drei Konsumgüterleitmesse Ambiente, Christmasworld und Creativeworld<sup>1</sup> zeitgleich und damit erstmalig vom 3./4. bis 7. Februar 2023 auf dem Frankfurter Messegelände stattfinden. Um relevante Marktplayer noch intensiver miteinander zu verbinden und das Neukundengeschäft aktiv zu fördern, wird das Angebot rund um Papier, Bürobedarf und Schreibwaren innerhalb der drei Leitmesse neu positioniert.**

Der international führende Marktplatz der PBS-Branche wird neu gedacht: Zielgruppengenau und themenspezifisch werden die einzelnen Produktbereiche der Paperworld künftig in den internationalen Leitmesse Ambiente, Christmasworld und Creativeworld präsentiert. „Eines ist ganz klar: Die ehemaligen Aussteller und Besucherzielgruppen der Paperworld finden auch in Zukunft ihr Business-Zuhause in Frankfurt und das in spannenden, nach Synergien und Effizienz frisch zusammengestellten Angebotssegmenten, die gleichermaßen die zunehmende Verschmelzung der Lebenswelten Home & Office spiegeln. Damit greifen wir die Veränderungen am Markt aktiv auf, führen unseren Ausstellern neue, potentielle Einkäufergruppen zu und schaffen so echte Mehrwerte. Fachbesuchern geben wir durch veränderte Perspektiven zahlreiche neue Geschäftsimpulse und Inspiration“, erklärt Philipp Ferger, Bereichsleiter Consumer Goods Fairs.

Die Office-Produktbereiche (Bürobedarf und -ausstattung, Büropapiere, Remanexpo, Future of Work) werden in der neuen Lebenswelt **Ambiente Working** präsentiert – als ideale Ergänzung und strategisch, konzeptionelle Erweiterung der Weltleitmesse zu Living, Giving und Dining. „Wir gehen hier mit der Zeit, denn New Work und Lifestyle-Trends wachsen immens zusammen. Die Grenzen zwischen Home & Office sind fließend. Das führt zu einem starken Wandel in der PBS-Branche hinsichtlich des Produktportfolios der Hersteller, veränderten Absatzkanälen und Zielgruppen, die wir im neuen Kontext besser bedienen können“, sagt Yvonne Engelmann, Leiterin Living, Giving, Working.

Das neue Umfeld unter dem Motto „Home of Consumer Goods“ stellt starke Beziehungen zur Objektausstattung mit Produkten und Einrichtungskonzepten her und bietet der PBS-Branche somit ganz andere, neue Entwicklungsmöglichkeiten. „Die Ausstattung von Objekten war immer schon ein strategisch wichtiger Baustein der Ambiente – so etwa das Thema Contract Business für Living oder HoReCa für Dining. Dabei geht es nicht nur um die Ausstattung von gewerblichen Objekten, wie Restaurants, Hotels, Co-Working Spaces oder Büros, sondern auch um die Ausstattung unseres Zuhauses inklusive Homeoffice.

---

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

Das heißt, hier gibt es spannende Synergiepotenziale – für unsere Aussteller wie Besucher“, betont Ferger.

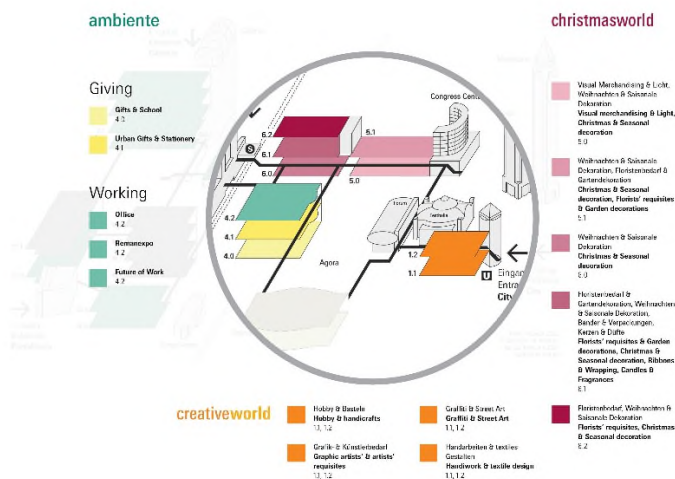
Papeterie und Schulbedarf ergänzen den Produktmix von **Ambiente Giving**. „Stationery-Angebote wie Papeterie und Geschenkartikel sowie Grußkarten gehören auch im Handel fest zusammen. Mit der Zusammenführung schaffen wir für die Hersteller eine größtmögliche Aufmerksamkeit und gleichzeitig für die Händler ein äußerst attraktives Produktangebot, das in der komplettierten Breite und Tiefe nirgendwo sonst abgebildet wird. Schulbedarf wird ebenfalls neu eingebettet, denn der Schulbeginn ist ein absoluter Geschenk Anlass für Familie und Freunde“, ergänzt Engelmann. Dadurch soll ein impulsbringender Perspektivwechsel auf die Produktwelt rund um Schule erzielt werden, der zu neuen Sortimentsverbindungen und Geschäftsbeziehungen anregt.

Die Produktbereiche Verpackung und Bänder sind eng mit dem Thema Feiern und Schenken verzahnt. Weihnachten ist der saisonale Anlass mit dem größten Geschenkeaufkommen im Jahr und damit die umsatztreibende Saison für diese Produktbereiche. Sie werden daher künftig in der **Christmasworld**, der internationalen Leitmesse für saisonale Dekoration und Festschmuck, präsentiert. Hier findet der Handel, ob großvolumig (Gartencenter, Baumärkte, Floristikgroßhandel, Lebensmitteleinzelhandel und Drogerien) oder Einzelhandel, die größte Inspiration.

Kreative Schreib-, Mal- und Zeichengeräte erweitern zukünftig das Portfolio der **Creativeworld**, der Weltleitmesse für den Hobby-, Bastel- und Künstlerbedarf. „Die aktuellen Sortimente der Hersteller bilden wir künftig zeitgemäßer und noch besucherfreundlicher ab. Dabei haben wir natürlich sich überschneidende Einkäuferzielgruppen im Blick und berücksichtigen die Veränderung des Produktportfolios der klassischen Schreibgerätehersteller hin zu Kreativprodukten“, sagt Eva Olbrich, Leiterin Christmasworld und Creativeworld.

### Optimales Spielfeld zur Neukundengewinnung

Wie soll das genau aussehen? Was wird zukünftig wo zu entdecken sein? Der neue Hallenplan liefert die Antworten. Der Angebotsmix präsentiert sich in einer vollkommen neu ausgerichteten Hallenstruktur. Damit werden veränderte Lebenswelten sowie Ansprüche des Marktes zukunftsgerichtet abgebildet.



Der neue, zeitgemäße Angebotsmix sorgt für eine effiziente Vernetzung der Marktteilnehmer und hebt weitere Synergiepotenziale.

Die Ambiente belegt im Bereich Giving die Halle 4.0 mit Gifts & School sowie die Halle 4.1 mit Urban Gifts & Stationery. Der neue Bereich Ambiente Working präsentiert sich in der Halle 4.2 mit Office, Remanexpo und Future of Work. Die Christmasworld belegt die 5.0, 5.1, 6.0, 6.1 und 6.2. Der Bereich Bänder und Verpackungen ist zukünftig in der Halle 6.1 platziert. Die Creativeworld präsentiert sich mit kreativen Schreib-, Mal- und Zeichengeräten in den Hallen 1.1 und 1.2.

Auf insgesamt 27 Hallenebenen werden somit die Erfolgsformate Ambiente, Christmasworld und Creativeworld mit neuen Produktgruppen ausgebaut, in ihren Konzepten weiterentwickelt und somit für die Zukunft aufgestellt. Zusammen bilden sie das weltweit umfassendste Konsumgüterangebot ab. Frankfurt wird unter dem Motto „Home of Consumer Goods“ zum zentralen Knotenpunkt für alle Handelsformen sowie für die Wachstumssegmente HoReCa, Contract Business und Concept Decoration.

„Durch die Zusammenlegung an einem Termin an einem Ort führen wir unseren Ausstellern gezielt neue Besucherzielgruppen zu. Besucher haben damit die Chance neue Aussteller zu entdecken und bei diesen zu ordern. Damit bereiten wir ein optimales Spielfeld für die Neukundengewinnung, die in diesen volatilen Zeiten essentiell ist“, resümiert Ferger.

**Weitere Informationen unter:** [www.consumergoods-frankfurt.com](http://www.consumergoods-frankfurt.com)

**Presseinformationen & Bildmaterial:**

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

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

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

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



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

### **Home of Consumer Goods – der neue One-Stop-Shop für die globale Ordersaison**

Unter dem Motto „Home of Consumer Goods“ 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. Besonders die neue Ausgestaltung des Produktbereiches Working unter dem Dach der Welitleitmesse Ambiente schafft zukunftsorientierte Impulse. 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. Frankfurt ist noch einmal mehr 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.

### **Der digitale Marktplatz Nextrade**

Das digitale Order- und Datenmanagement Nextrade für Lieferanten und Händler der Konsumgüterbranche verlängert die Messe und ermöglicht Bestellungen zu jeder Tages- und Nachtzeit an 365 Tagen im Jahr:

[www.nextrade.market](http://www.nextrade.market)

### **Conzoom Solutions – die Plattform für den Handel**

Die Wissensplattform Conzoom Solutions bietet dem Konsumgüterhandel ein vielfältiges Angebot wie Studien, Trendvorstellungen, Workshops oder Anleitungen für den Point of Sale. Sie gibt einen Komplettüberblick über das internationale Portfolio der Messe Frankfurt im Konsumgüterbereich und stellt dort gebündelt Informationen für den Handel zusammen.

[www.conzoom.solutions](http://www.conzoom.solutions)

### **Hintergrundinformation Messe Frankfurt**

Die Unternehmensgruppe Messe Frankfurt ist die weltweit größte Messe-, Kongress- und Eventveranstalterin mit eigenem Gelände. Zum Konzern gehören rund 2.300\* Mitarbeitende im Stammhaus in Frankfurt am Main und in 30 Tochtergesellschaften weltweit. Das Unternehmen hat im Jahr 2021 zum zweiten Mal in Folge mit den Herausforderungen der Pandemie zu kämpfen. Der Jahresumsatz wird rund 140\* Millionen Euro betragen, nachdem vor der Pandemie im Jahr 2019 noch mit einem Konzernumsatz von 736 Millionen Euro abgeschlossen werden konnte. Auch in den schwierigen Zeiten der Corona-Pandemie sind wir mit unseren Branchen international vernetzt. Die Geschäftsinteressen unserer Kund\*innen unterstützen wir effizient im Rahmen unserer Geschäftsfelder „Fairs & Events“, „Locations“ und „Services“. Ein wesentliches Alleinstellungsmerkmal der Unternehmensgruppe ist das globale Vertriebsnetz, das engmaschig alle 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. Unsere digitale Expertise bauen wir um neue Geschäftsmodelle aus. 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](http://www.messefrankfurt.com)

\* vorläufige Kennzahlen 2021