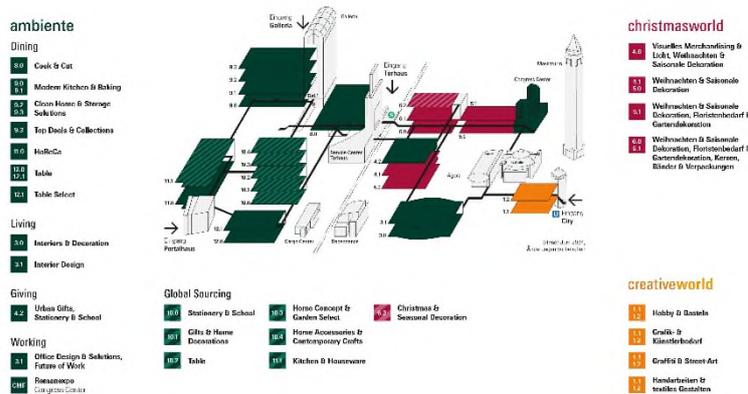


ambiente christmasworld creativeworld

Ausblick auf das Messetrio 2025: Vielversprechender Anmeldestand und gestärkte Kernsegmente

Frankfurt am Main, 27. Juni 2024. Nach dem Restart 2023 als Messetrio und der Etablierung als größte Netzwerkplattform und Drehscheibe für die globale Konsumgüterbranche in diesem Jahr bauen die drei Konsumgüterleitmessen Ambiente, Christmasworld und Creativeworld ihre Position weiter aus. Für 2025 liegt der Anmeldestand bereits über Vorjahresniveau, das Messegelände wird erneut voll belegt und die Vorbereitungen für neue Highlights im Rahmenprogramm und Initiativen für ausgewählte Besucherzielgruppen laufen auf Hochtouren.

„Wir sind on track und stellen derzeit die Weichen für ein unverzichtbares Messeerlebnis 2025“, eröffnet Julia Uherek, Bereichsleiterin Consumer Goods Fairs Messe Frankfurt, das Online-Pressegespräch Ende Juni 2024. Der One-Stop-Shop der Branche gab zu Anfang des Jahres als internationalste Netzwerk- und Orderplattform Orientierung, Inspiration und Lösungsansätze zu aktuellen Herausforderungen im Markt. „Genau daran knüpfen wir für 2025 an. Zentrale Stellschraube ist es, das Neukundengeschäft anzukurbeln. Denn die Wirtschaft steht angesichts globaler Spannungen, politischer Regulierung und anhaltender Veränderung des Konsumverhaltens nach wie vor unter Druck. Persönliche Begegnungen für die Erschließung neuer Exportmärkte und Absatzkanäle bleiben unerlässlich. Das gilt insbesondere auch für die Wachstumsfelder Hospitality und Contract Business. Davon sind wir überzeugt und stehen im engen Austausch mit den entsprechenden Partnern, Experten und Verbänden, um kontinuierlich neue Geschäftschancen zu eröffnen“, betont Uherek.



Drei Messen – klar strukturierte Vielfalt für abwechslungsreiche Sortimente: Der neue Hallenplan des Messegeländes in Frankfurt zur Ambiente, Christmasworld und Creativeworld 2025. Foto: Messe Frankfurt.

„Nach jeder Messe gehen wir mit dem Feedback unserer Aussteller und Facheinkäufer*innen präzise in die Analyse und optimieren gezielt da, wo es marktbedingt notwendig ist. Es gibt immer Optimierungspotenzial“, ergänzt Philipp Ferger, Bereichsleiter Consumer Goods Fairs Messe Frankfurt. Insgesamt ist der Rücklauf an Anmeldungen für 2025 enorm gut. Darunter sind sowohl viele renommierte Marken als auch einige Rückkehrer sowie Neuaussteller. „Zum jetzigen Zeitpunkt haben wir schon mehr Anmeldungen als zum gleichen Zeitpunkt im Vorjahr. Wir belegen erneut das komplette Messegelände, führen die Hallenbelegung bis auf minimale Anpassungen fort und freuen uns bei allen drei Messen über eine sehr gute Rückbuchungsquote. Auch der Bereich Global Sourcing meldet sich mit starker Beteiligung und qualitativ sehr hochwertigen Angeboten zurück. Das heißt: Wir starten mit Rückenwind in die neue Saison“, ergänzt Ferger.

Ambiente – stärkere Präsenz von Topmarken

Die Ambiente baut ihre Spitzenposition im Bereich Dining rund um Tisch, Küche und Haushalt im Westgelände weiter aus. Dies bestätigt die Rückkehr und Teilnahme von Unternehmen wie BHS Tabletop, Bonna (Kar Porzelen), RAK Porcelain, Rösle, Steelite, oder Wüsthof. Über alle Segmente hinweg wird vor allem eine qualitative Angebotsentwicklung forciert. Marken wie Dibbern, Robbe & Berking, Rosenthal und Vista Alegre bereichern zum Beispiel erneut Table Select. Der Schwerpunkt auf das Wachstumsfeld Hospitality wird zum 10-jährigen Jubiläum in neuer Stärke präsentiert: In Halle 8.0 sind im Umfeld von Cook & Cut sehr hochwertige „Back of House“-Marken angemeldet. In der Halle 11 wird der Fokus auf gewerbliche Endverbraucher aus der Hospitality-Brache mit reinen Hospitality-Sortimenten rund um „Front of House“ und „Out of House“ gestärkt. Gleichzeitig wird das Angebot um noch mehr Anbieter von Besteck und Büffetpräsentation erweitert. Die Hospitality-Academy sowie der Tag des Hoteliers werden fortgeführt und es wird noch mehr Guided Tours für das Fachpublikum geben.

Im Ostgelände sind für den Bereich Living Firmen wie Affari of Sweden, Bazar Bizar, Henry Dean, Kare Design, Lightmakers, Pappelina, Reflections Copenhagen oder Alessi mit ihrem Living-Programm angemeldet. Hier wird der Fokus auf das Wachstumsfeld Objektgeschäft u.a. mit Blomus, Pure Yellow Single Member, Scholtissek, Trademark oder XL Boom weiter geschärft. Mit dem Thema Contract Business soll auch das Möbelangebot perspektivisch ausgebaut werden. Bei Working wachsen seit dem Auftakt zur Ambiente 2023 sowohl das qualitative Angebot im Segment Office Design & Solutions als auch das Areal Future of Work, das moderne Arbeitswelten abbildet. Derzeit registriert sind zum Beispiel Hey-Sign, König + Neurath oder Vario Büroeinrichtungen. Somit sind die Pioniere der ersten Stunde weiterhin mit dabei, genauso wie interessante Neuanmeldungen.

„Damit wachsen in der Halle 3.1 das Angebot für den gewerblichen Vertriebsweg, sei es Contract Business für den Hospitality Bereich oder für das Office und ausgewählte Möbelmarken sehr schön zusammen. Life- und Workstyle verschmelzen hier zunehmend und so können wir Angebot und Nachfrage zielgerichtet zusammenführen. Unser Ziel ist eine kontinuierliche Entwicklung zum Hub für Interior Designer*innen, Innenarchitekt*innen, Objektbetreiber und -ausstatter“, ergänzt Ferger. Die Remanexpo erhält als Plattform für wiederaufbereitete Druckerkomponenten ihren eigenen Kosmos und wird inklusive Remanexpo Academy das Congress Center belegen. Bei Giving zeichnet sich bereits ein sehr inspirierender Mix für Kern- und Zusatzsortimente rund um das Segment Urban Gifts, Stationery & School ab – mit Firmen wie Apli Paper, Caran

d'Ache, Kikkerland oder Rössler und einem erneut sehr vielfältigen Angebot an hochwertigen Schreibgeräten.

Christmasworld und Creativeworld als Leitmessen bestätigt und stark gebucht

„Die überaus schnelle Rückbuchungsquote belegt sehr schön, dass die Christmasworld unangefochten stark im Markt steht und die uneingeschränkte Nummer 1 ist. Schließlich ist ihre Fokussierung auf den Wow-Effekt von weihnachtlicher und saisonaler Dekoration weltweit einzigartig. Alle Big Player sind an Bord und speziell für das Kernsegment Visuelles Merchandising & Licht ist es uns gelungen, neue Firmen hinzu- und wichtige Firmen zurückzugewinnen“, betont Ferger. Hier melden sich Großbeleuchter wie Adamlights, Blachere Illumination oder Fotodiastasi zurück. Für die Fachbesucherzielgruppe gewerbliche Endverbraucher wie Shopping Center oder Stadtmarketingvertreter wird zum Beispiel am Messe-Freitag ein spezielles Programm mit Keynote und Guided Tours erarbeitet. Die internationale Leitmesse für saisonale Dekoration und Festschmuck unterstreicht damit die Bedeutung von emotionalen Einkaufserlebnissen am Point-of-Sale. Vor diesem Hintergrund wird die Sonderschau Decoration Unlimited erneut zum absoluten Besuchermagneten für alle, die inspirierende Impulse für anziehende Großflächen- und Schaufenstergestaltungen suchen. Neben der weihnachtlichen Dekoration wird 2025 verstärkt die saisonale Dekoration inszeniert werden. So erhalten Händler*innen noch mehr Anregungen für das ganze Jahr.

Für die viertägige Creativeworld, die 2025 erstmals gleichzeitig mit Ambiente und Christmasworld startet, sind Topmarken wie Clairefontaine, Royal Talens und Schmincke registriert. Mit ihrem einzigartigen Produktportfolio wird sie als globales Zentrum für DIY-Inspiration ein sehr lebhafter B2B-Branchentreffpunkt für die professionelle Kreativ-Community. Für eine optimierte Besucherführung ziehen die Creativeworld Trends zurück in die Halle 1.2, die Creative Academy mit ihrem bunten Workshop-Programm verbleibt in der Halle 1.1.

Ausblick auf kommende Highlights

Das umfangreiche Rahmenprogramm beleuchtet spannende Entwicklungen rund um die Metathemen Nachhaltigkeit, Design & Lifestyle, New Work, Digitalisierung und Future Retail. Auf der Bühne der fünf Academies teilen Expert*innen hierzu wertvolles Insider-Wissen und die drei Trendareale geben Orientierung für die Sortimentsauswahl. „An der Schnittstelle zwischen Interior Design, Hospitality und Contract Business lassen wir das Sonderareal „The Lounge“ als perfektes Bindeglied von unserem neuen Ambiente Designer 2025 entwerfen. Wer das sein wird, verraten wir Anfang September, dann werden wir auch eine erste Vorschau auf die kommenden Ambiente, Christmasworld und Creativeworld Trends 25+ präsentieren“, ergänzt Uherek. Für die Aufnahme in das Förderprogramm Talents können sich interessierte Nachwuchsdesigner*innen bis 25. Oktober 2024 bewerben. Für die meisten Teilnehmenden ist dies der erste Auftritt vor großem Fachpublikum und das direkt im Umfeld führender internationaler Marken in der Halle 3.1. Außerdem in Planung sind eine engere Kooperation mit dem Taiwan Design Research Institute und Hochschulprojekte für den Bereich Keramik, Möbel, Hospitality.

„Nachhaltigkeit ist und bleibt für die Branche eines der wichtigsten Erfolgsthemen, das wir auf allen drei Messen ganz prominent in den Fokus stellen“, betont Uherek. Das „Ethical Style“-Programm der drei Messen kennzeichnet Aussteller mit ökologisch und sozial hergestellten Produkten. Unternehmen können sich wieder für das Programm ab Anfang September bis 22. November 2024 bewerben und sich von einer unabhängigen Jury aus internationalen Expert*innen kuratieren lassen. Außerdem wird es erneut zwei „Ethical

Style Spots“ auf dem Gelände geben. Die kuratierten Sonderpräsentationen zeigen innovative Produktwelten, die Design und Nachhaltigkeit vereinen.

Was tut sich bei den digitalen Angeboten?

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 Rolle als ganzjähriger Business Enabler bauen wir fortlaufend aus. Neu ist Conzoom Circle als Dach für unser weltweites Konsumgütermessenportfolio in Deutschland und vielen weiteren Standorten sowie für unsere ganzjährigen digitalen Angebote. Damit verknüpfen wir alle 30 Branchenevents der Messe Frankfurt rund um den Globus und bündeln so Branchenwissen und -kompetenz“, sagt Uherek. Außerdem wird Conzoom Solutions als digitale Inspirations- und Neuheitenplattform für den Handel weiterentwickelt. Zusätzlich fördern alle zwei Monate Online-Events im Rahmen der Digital Academy das Matchmaking innerhalb der globalen Branche. Am 3. Juli 2024 startet das nächste Online-Event zum Thema "Nachhaltigkeit beginnt immer im Kopf" mit spannenden wissenschaftlichen Erkenntnissen. Anschließend geht es am 4. September 2024 um das Thema Design in Kooperation mit dem Taiwan Design Research Institute. „Schalten Sie sich nächste Woche unbedingt dazu, spannende Einblicke aus der Psychologie, die Sie beruflich wie privat weiterbringen, sind garantiert“, empfiehlt Julia Uherek am Ende des Gesprächs.

Nächste Messetermine:

Die Ambiente, Christmasworld und Creativeworld finden auch zukünftig zeitgleich auf dem Frankfurter Messegelände statt. Allerdings rücken sie auf Anfang Februar, um eine Entzerrung der Messetermine zu gewährleisten.

Ambiente/Christmasworld:	07. bis 11. Februar 2025
NEU: Creativeworld:	07. bis 10. Februar 2025

Hinweis für Journalist*innen:

Trends, Styles und Persönlichkeiten entdecken Sie im [Ambiente Blog](#) und weitere News, Expertenwissen und Ideen für den Handel 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 unter.

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: #ambiente25 #ambientefair
#christmasworld25 #christmasbusiness
#creativeworld25 #creativeindustry



Ihr Kontakt:

Katrin Westermeyr
Tel.: +49 69 75 75-6893
katrin.westermeyr@messefrankfurt.com

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

www.messefrankfurt.com

Hintergrundinformation Messe Frankfurt

www.messefrankfurt.com/hintergrundinformationen

Nachhaltigkeit bei der Messe Frankfurt

www.messefrankfurt.com/nachhaltigkeit-information