

ambiente

christmasworld

creativeworld

Marktplatz, Motor, Mutmacher: Besucherplus bei Mega-Messe in Frankfurt

Frankfurt am Main, 11. Februar 2025. Trotz eines herausfordernden Marktumfelds zeigt sich die globale Konsumgüterbranche euphorisch und widerstandsfähig. Mit 4.660 Ausstellern und rund 148.000 Besucher*innen¹ hat das Messetrio aus Ambiente, Christmasworld und Creativeworld erneut seine Bedeutung als führende Plattform für Konsumgüter ausgebaut. Über 170 Nationen waren auf dem vollständig ausgebuchten Frankfurter Messegelände vertreten. Die hohe Beteiligung und Internationalität zeigen erneut: Die Branche ist in Bewegung – aber Frankfurt bleibt ihr zentraler Treffpunkt.



Das Messetrio aus Ambiente, Christmasworld und Creativeworld in Frankfurt ist auch diesmal wieder der Treffpunkt der Konsumgüterbranche. Foto: Messe Frankfurt/Jens Liebchen.

Vom 7. bis 11. Februar wurde Frankfurt erneut zum Zentrum der internationalen Konsumgüterbranche. Unter dem Motto „Meet up at the Market“ präsentierten sich über alle Handelsformen und Vertriebswege hinweg Unternehmen aus aller Welt.

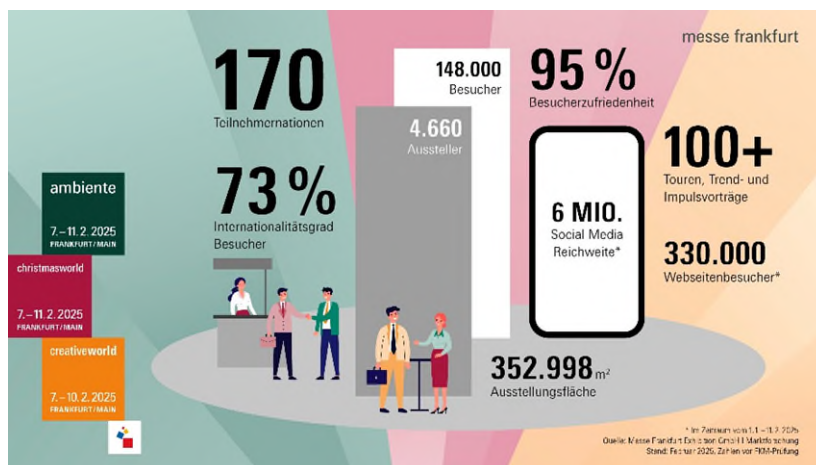
„Die Messen waren herausragend – die Hallen waren voll, das Networking lebendig, die Dynamik überall spürbar!“, betont Detlef Braun, Geschäftsführer der Messe Frankfurt. „Die globale Konsumgüterbranche steht vor enormen Herausforderungen – stagnierende Märkte, strukturelle Veränderungen und wirtschaftliche Unsicherheiten. Genau hier setzen wir an. Wir heben zusätzliche Geschäftspotenziale und schaffen ein globales Netzwerk, das die Widerstandsfähigkeit stärkt.“ Auch Branchenkenner unterstreichen dies: „Frankfurt ist 2025 wichtiger denn je. In Zeiten der allgemeinen Unsicherheit werden Impulse der

¹ Gesamtzahlen im Vergleich zu 2024, FKM-geprüft: 4.933 Aussteller (= 87% international) und 136.482 Besucher*innen (70% international)

Schönheit und individuellen Freiheit besonders stark von Endkunden gewünscht und von Einkäufern gesucht. Das Messetrio verbindet wieder alle Marktplayer miteinander“, so Peter Wüst, Hauptgeschäftsführer des Handelsverbandes Heimwerken, Bauen und Garten (BHB). Aus Sicht der Aussteller fasst Willo Blome, Chief Executive Officer von Blomus, stellvertretend für viele zusammen: „Wir hatten eine außergewöhnliche Ambiente: best ever. Das Allerschönste ist, dass die Qualität der Besucher hier in Frankfurt überragend ist. Das ist mit Abstand die beste Messe, was das Orderverhalten angeht.“

Internationale Strahlkraft – höchste Zufriedenheitswerte

Ambiente, Christmasworld und Creativeworld standen ganz im Zeichen neuer Kontakte zu Einkaufsentscheider*innen und internationaler Geschäftsinitiativen. Der hohe Internationalitätsgrad von über 70 Prozent trug wesentlich zur hohen Zufriedenheit bei. Für den belgischen Contract Business-Aussteller XLBoom führt dessen Inhaberin Ann De Cock aus: „Hier haben wir Kundschaft aus der ganzen Welt getroffen – aus Korea, USA, Dubai, Katar, Griechenland, Italien, Frankreich. Der Anteil Alt- und Neukunden liegt bei rund 50:50. Wir sind sehr zufrieden!“ Neben der Internationalität überzeugte auch die Qualität der Einkäufer*innen. So freute sich Rob Bierman, Product Design Manager und Visual Merchandising Manager von Silk-ka: „Die Kundschaft ist hier vor allem sehr international. Es wird gut gekauft, die Orderlaune ist wieder da. Damit hätten wir angesichts der Turbulenzen in der Welt und im Markt nicht gerechnet.“ Die Top-Besuchernationen waren nach Deutschland Italien, China, Niederlande, Frankreich und die USA. Insgesamt stieg die Besucher*innen-Zufriedenheit im Vergleich zum Vorjahr nochmals um zwei Prozentpunkte auf 95 Prozent.



Christmasworld – Emotionalisierung als Erfolgsfaktor

Die Christmasworld als Leitmesse für saisonale Dekoration und Festschmuck glänzte auf ganzer Linie: So setzte sie mit dem neuen Eventprogramm Christmasworld Take Off gezielt Impulse für Stadtmarketing und großformatige Dekorationskonzepte: Dadurch verwandeln sich Innenstädte in inspirierende Erlebniswelten, die den stationären Handel beleben. „Die Konsumgütermessen der Messe Frankfurt sind zentrale Impulsgeber für die Branche“, konstatiert Jürgen Block, Geschäftsführer der Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V. „Sie zeigen auf, wie Design, Innovation und Wirtschaftlichkeit zusammenwirken.“

Creativeworld – die weltweite Kreativ-Community an einem Ort

Trendbarometer, Neuheitenbörse und Experimentierfeld – auch in diesem Jahr zog die Creativeworld wieder die internationale DIY-Community an wie keine andere Kreativmesse. „Die Internationalität, verbunden mit einer außerordentlich hohen Marktabdeckung, machen die Creativeworld zur One-and-only Veranstaltung der Branche“, erklärt der Geschäftsführer von Schmincke, Markus Baumgart. Die neue Tagesfolge der Creativeworld, die damit am Messe-Freitag zeitgleich mit den Schwestermessen begann und somit schon am Montag endete, wurde positiv angenommen. Neu in diesem Jahr war die international noch breiter besetzte Jury des Creative Impulse Awards für herausragende Produktleistungen, die damit den globalen Markt noch besser abbildete. Die Gewinner spiegelten den anhaltenden DIY-Boom wider und unterstrichen die Innovationskraft der Branche. Publikumsliebbling war die Creative Academy als lebendiges Forum für Produkttests, Vernetzung und Wissensaustausch.

Ambiente – neue Wachstumsfelder im Blick

Mit dem neuen Premiummarkenareal Interior Looks zog die Ambiente gezielt Interior Designer*innen, Innenarchitekt*innen und Objektausstatter*innen aus aller Welt an und vernetzte damit die Möbelbranche. „Frankfurt ist der ideale Ort für Möbel, denn Trends entstehen dort, wo Innovationen aus allen Konsumgüterbereichen präsentiert werden“, erklärt Kurator Bernd Schellenberg. Auch Denise Boxler vom Bund deutscher Innenarchitektinnen und Innenarchitekten bdia bestätigt: „Interior Looks und das benachbarte Future of Work-Areal setzen starke Impulse für Wohnen und Arbeiten. Die gezielte Vernetzung von Herstellern und Planern bietet einen echten Mehrwert für alle.“

Neu war zudem das erweiterte Angebot für die Hospitality-Branche, das unter dem gleichnamigen Special Interest zusammengefasst wird. Mit der Fokussierung auf das Gastgewerbe erschließt die Ambiente einen nachfragestarken globalen Markt. Joana Almeida, Country Manager Spanien von Vista Alegre, stellte dazu fest: „Im HoReCa-Bereich ist die Besucherfrequenz und Qualität am besten, denn im Hospitality-Business steckt Potenzial.“ Das bestätigt auch Ingrid Hartges, Hauptgeschäftsführerin des DEHOGA Bundesverbandes: „Die Ambiente ist eine einzigartige Inspirationsquelle für Gastronomie, Hotellerie und Catering – national wie international. Trends in der Gastronomie steigern die Nachfrage bei Herstellern und Handel, wodurch ein wertvoller Kreislauf entsteht.“

Mit dem Tag des Hoteliers speziell für die Hospitality-Branche hat die Ambiente ein Erfolgskonzept ins Leben gerufen, das sie in diesem Jahr mit wachsender Resonanz fortsetzte: Noch mehr Entscheider*innen aus der Hospitality-Branche und dem Objektgeschäft nahmen die Ambiente als zentralen Netzwerk- und Ordertermin wahr. Mit der opulent-verspielten Sonderpräsentation The Lounge – Shades of Space von Ambiente Designer 2025 Fabian Freytag betonte die Messe erneut ihre Kompetenz in puncto Design. Künstliche Intelligenz (KI) spielte sowohl bei der Gestaltung dieser Sonderpräsentation als auch im Vortragsprogramm auf den Academy-Bühnen eine Rolle als kreativer Verstärker und Resonanzfläche für die Transformation der Branche.

Der One-Stop-Shop in Frankfurt – alle da

Der Facheinzelhandel war in ganzer Bandbreite in Frankfurt vertreten. Darüber hinaus kamen von A wie Amazon bis Z wie ZARA namhafte nationale und internationale Großabnehmer zur Mega-Messe wie ALDI, Carrefour International, Casa International, Compania Comercial Caribe, Coop, Crate & Barrel, Digital Flying Tiger Copenhagen, dm Drogeriemarkt, EDEKA, El Corte Inglés, Fenwick, Fleurop, Globus, Hans Segmüller, HADI enterprises, Hornbach, IKEA, Jaeyoung Trading, Lidl, Lulu Group International, REWE,

Sainsbury, Tesco, The Loft Japan, The One Total Home Experience, The TFG Group und Zalando. Das neu erweiterte Angebot zum Einrichten und Ausstatten zog insbesondere internationale Einkaufsentscheider*innen aus Gastgewerbe und Objektgeschäft sowie aus namhaften Organisationen an wie Coface, Commerzbank, DB, Deko Immobilien Investments, Deutsche Hospitality Asset, Dwellings International, Hill Capital Partners, HSH Management Services, Iberostar Hoteles y Apartamentos, Ramsay Gastronomie und The Parker Company. Museen mit angegliederten Shops wie The Courtauld Institute Of Art und The Museum of Modern Art Department of Publications besuchten ebenfalls das Messetrio für attraktive Sortimente.

Nachhaltigkeit als Leitmotiv

Nachhaltigkeit durchzieht als zentrales Thema messeübergreifend die Großveranstaltung und unterstreicht die Verantwortung der Branche für zukunftsfähige Konzepte. Zum zehnjährigen Bestehen 2025 zeigte das Ethical Style-Programm erneut eindrücklich, wie nachhaltige Produktlösungen stetig an Bedeutung gewinnen. Während bei der Premiere 198 Aussteller das Ethical Style-Label erhielten, sind es in diesem Jahr bereits 354 über alle drei Messen hinweg – ein klarer Beleg für das wachsende Bewusstsein für ressourcenschonendes Wirtschaften.

Neue Messetermine 2026

Die zeitgleiche Veranstaltung der drei Leuchtturm-Messen Ambiente, Christmasworld und Creativeworld hat Aussteller wie Besucher überzeugt. Entsprechend wird das Messetrio auch zukünftig zeitgleich auf dem Frankfurter Messegelände stattfinden. Alle drei Leitmessen starten am ersten Freitag im Februar.

Ambiente/Christmasworld: 06. bis 10. Februar 2026
Creativeworld: 06. bis 09. Februar 2026

Hinweis für Journalist*innen:

Inspirationen, Trends, Styles und Persönlichkeiten entdecken Sie im [Ambiente Blog](#) und weiteres Expertenwissen auf [Conzoom Solutions](#). Nähere Informationen zu Conzoom Circle unter www.conzoom-circle.messefrankfurt.com

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:

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

Hintergrundinformationen Messe Frankfurt:

www.messefrankfurt.com/hintergrundinformationen

Hintergrundinformationen zu Conzoom Circle

conzoom-circle.messefrankfurt.com/information