

Pressemitteilung

Januar 2020

## Christmasworld 2020 erfüllt “coming home for business” auf ganzer Linie

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

**Die Frankfurter Konsumgütermessen Christmasworld, Paperworld und Creativeworld sind mit relevanten Branchenthemen in die neue Geschäftssaison gestartet. 3.051 Aussteller aus 74<sup>1</sup> Ländern haben dem nationalen und internationalen Handel ihre Neuheiten rund um Dekoration, Festschmuck, Papier, Bürobedarf, Schreibwaren sowie Hobby-, Bastel- und Künstlerbedarf vorgestellt.**



Der internationale Handel deckt sich auf der Christmasworld im Januar kräftig ein, um die Kunden mit neuen festlichen Dekorationen in die Läden zu locken. Quelle: Messe Frankfurt Exhibition GmbH / Pietro Sutera

Mit zahlreichen Neuheiten, ausgefallenen Produktinszenierungen und einem zukunftsweisenden Rahmenprogramm lockten die drei internationalen Leitmessen rund 84.000 Besucher aus 163 Ländern<sup>2</sup> auf das Frankfurter Messegelände. „Neben den branchenspezifischen Zukunftsthemen sind es der hohe Internationalitätsgrad und die herausragende Besucherqualität, die das Messe-Trio zu einer unverzichtbaren Plattform für Industrie und Handel macht. Unsere Messen bringen die weltweit agierenden Akteure der Branchen an einem Ort zusammen – dieser persönliche Kontakt ist im digitalen Zeitalter für die gesamte Konsumgüterbranche der Schlüssel zum Erfolg“, sagt Detlef Braun, Geschäftsführer der Messe Frankfurt.

### **Christmasworld bringt stimmungsvollen Start in die Saison und Besucher in Orderlaune**

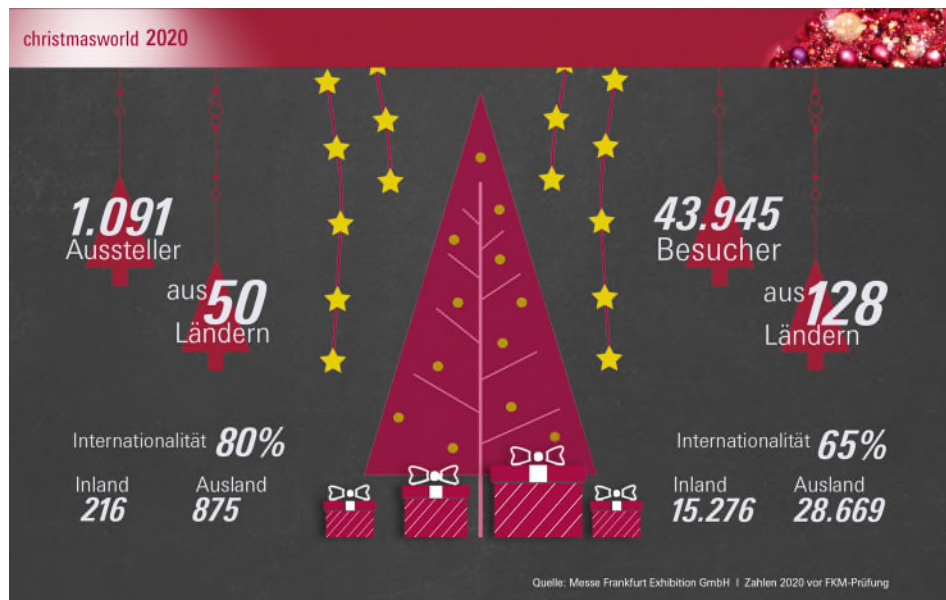
Bei der Christmasworld überzeugen 1.091 Aussteller aus 50 Ländern

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

<sup>1</sup> 2019: 3.112 Aussteller aus 68 Ländern (FKM-zertifiziert / geprüft)

<sup>2</sup> 2019: 86.796 Besucher aus 161 Ländern (FKM-zertifiziert / geprüft)

(216 Inland und 875 Ausland)<sup>3</sup> den internationalen Handel mit ihren Produktneuheiten und Inszenierungen für saisonale Dekoration und Festschmuck. Insgesamt 43.945 Besucher aus 128 Ländern (15.276 Inland und 28.669 Ausland)<sup>4</sup> sind angereist, um die kommenden Trends zu ordern und sich zu neuen Gestaltungen am Point of Sale inspirieren zu lassen.



„Die Christmasworld ist als Leitmesse ein zuverlässiger Partner und Motor für die internationale Deko- und Festschmuckbranche. Gemeinsam mit den Angeboten unserer Aussteller und zukunftsweisenden Themen im Rahmenprogramm startet der Handel gestärkt in die neue Geschäftssaison. Das zeigt uns vor allem die optimistische Stimmung in den Messehallen“, sagt Julia Uherek, Bereichsleiterin Consumer Goods, Messe Frankfurt Exhibition GmbH.

Die Aussteller freuen sich über eine gute Auftragslage, denn der stationäre Handel hat im vergangenen Weihnachtsgeschäft gut abverkauft und sich jetzt neu eingedeckt. Eckart Wurm, Präsident G. Wurm GmbH + Co. KG bringt es auf den Punkt. „Die Christmasworld 2020 war die beste Messe seit 50 Jahren. Hier findet man die besten Einkäufer sowohl national als auch international. Vor allem das Exportgeschäft hat bei uns angezogen. Wir sind völlig euphorisch. Sensationell.“

Dass das Orderverhalten während der Messe deutlich stärker war, bestätigen auch die Ausstellerbefragungen (der Wert ist von zuletzt 59 auf 64 Prozent gestiegen). „Wir stellen seit zwölf Jahren auf der Christmasworld aus und es waren immer gute Jahre. Jetzt hat das Orderverhalten wieder angezogen, vor allem bei den deutschen Einkäufern, aber auch Italien, Frankreich, Niederländer und Russen haben unseren Stand besucht – sowohl Einkäufer kleiner Läden als auch großer Ketten und Gartencenter“, ergänzt Michael Gozeling, Chief Executive Officer Christmas Inspirations B.V.

Christmasworld - Seasonal Decoration at its best  
Internationale Frankfurter Messe für saisonale Dekoration und Festschmuck  
Frankfurt am Main, 24.-28.1.2020

<sup>3</sup> 2019: 1.085 Aussteller aus 44 Ländern (FKM-zertifiziert / geprüft), Zahlen 2020 vor Prüfung

<sup>4</sup> 2019: 45.304 Besucher aus 123 Ländern (FKM-zertifiziert / geprüft), Zahlen 2020 vor Prüfung

Hamid Yazdtschi, Geschäftsführer, Gilde Handwerk Macrander GmbH & Co. KG fügt hinzu: „Die Christmasworld ist für uns die Messe, um neue Kunden als auch Bestandskunden zu erreichen. Noch ist das Netz nicht soweit, dass man die Optik und die Haptik den Kunden digital vermitteln kann. In diesem Sinn ist die Christmasworld für uns eine echte Arbeitsmesse, hier können wir unsere Produkte angemessen präsentieren, hier wird geordert und werden Geschäfte gemacht. Das macht sie unschlagbar.“

### **Besucherqualität und Internationalität stimmen zu 100 Prozent**

Auf Besucherseite liegt der Internationalitätsgrad bei 65 Prozent. Zu den zehn stärksten Besuchernationen aus dem Ausland zählen Italien, Frankreich, die Niederlande, Großbritannien, die Russische Föderation, Österreich, Schweiz, China, Belgien und die USA.

„Hinsichtlich ihrer Internationalität und der Qualität der Einkäufer ist die Christmasworld für uns eine sehr wertvolle Messe“, bestätigt Renato Frizzerin, Import Manager, EDG Enzo De Gasperi. Ferdinand von Schlenk-Barnsdorf, Management, Weihnachtsland GmbH schließt sich an: „Wir konnten rund 25 Prozent Neukunden akquirieren, davon stammen die Hälfte aus den DACH-Ländern, die andere Hälfte aus allen anderen Teilen der Welt wie Australien und den USA. Produkte „made in europe“ und „made in germany“ sind gefragt, das spielt uns zu.“

Auch in den Ausstellerbefragungen wurde die hohe Besucherqualität mit vielen Einkaufsentscheidern geschätzt – 73 Prozent davon sind Führungskräfte, 64 Prozent aus dem Top-Management. „Die Qualität der Einkäufer stimmt einfach. Die Christmasworld ist daher für uns die wichtigste Messe, denn hier machen wir den meisten Umsatz“, fasst Ferry Mulder, Geschäftsführung, Exotica Cor Mulder GmbH zusammen. Insgesamt liegt die Zufriedenheitsrate bei den Ausstellern mit 73 Prozent auf hohem Niveau. 78 Prozent der Aussteller gaben an, dass sie ihre Messebeteiligungsziele erreicht haben.

### **Höchste Zufriedenheitswerte unter Fachbesuchern**

Die Ergebnisse der Besucherbefragung spiegeln eine abermals gestiegene Zufriedenheit um drei Prozentpunkte: 95 Prozent der Besucher sind sowohl mit dem Produkt- und Herstellerangebot als auch mit dem Messeverlauf insgesamt zufrieden oder sogar sehr zufrieden. Auch die Zufriedenheit der Besucher mit der Erreichung ihrer persönlichen Messebesuchsziele bewegt sich mit konstanten 95 Prozent auf einem sehr hohen Niveau.

### **Neue Ideen und Anregungen für den stationären Handel**

Das Rahmenprogramm der Christmasworld bot jede Menge wertvolle Business-Ideen und Inspiration für den „Point of Sale“, der immer mehr zum „Point of Emotions“ wird. 2020 griff es vor allem den gesellschaftlichen Megatrend Urbanisierung auf und positionierte sich mit praxisnahen und umsetzbaren Ideen als wertvoller Impulsgeber. Die **Christmasworld Trends 20/21** inszenierten sehr eindrucksvoll die Neuheiten, Farben und Materialien für die kommende Saison. Das vom Stilbüro bora.herke.palmisano ermittelte Leitthema lautet „family matters“. Es setzt ganz auf ein verantwortungsbewusstes Wir-Gefühl

Christmasworld - Seasonal Decoration at its best  
Internationale Frankfurter Messe für saisonale Dekoration und Festschmuck  
Frankfurt am Main, 24.-28.1.2020

und den Wunsch nach einer achtsameren sowie umweltbewussteren Lebensweise. In den drei Stilwelten „green ritual“, „silken party“ und „happy get-together“ wurde besonders deutlich, dass die klassische Weihnachtskugel zur „Ganzjahreskugel“ wird und somit das ganze Jahr über dekoriert werden kann. Zahlreiche Aussteller haben diesen Trend mit außergewöhnlichen Kugel-Kreationen für Hochzeiten, Frühling/Ostern oder gesellige Abende bestätigt.

Im Areal **Decoration Unlimited – Dark Ocean** erfuhren die Facheinkäufer, wie sie mit Storytelling und Überraschungseffekten zum Kauf verführen. Das Designer-Duo Rudi Tuinman und Pascal Koeleman von 2deign entführten in eine tiefblaue, elegante Erlebniswelt, die die Pantone-Trendfarbe „Classic Blue“ weihnachtlich interpretierte. Zusätzlich gaben sie Tipps für eine konzeptionelle Umsetzung. „Die Christmasworld hat einmal mehr gezeigt, wie der Endverbraucher im Handel überrascht, fasziniert und letztlich überzeugt werden kann. Vor allem Dark Ocean gibt tolle Anregungen für Wow-Effekte. Diese können auch zu 80 Prozent mit traditionellem Weihnachtsschmuck umgesetzt werden. Was zählt, sind regelmäßige Veränderungen auf der Fläche und in den Schaufenstern“, hebt Peter Botz hervor, Geschäftsführer Verband Deutscher Garten-Center e.V. (VDG). Auf der Suche nach Produkten, die das Sortiment auf überraschende Weise beleben, fanden sich viele Besucher bei **Christmas Delights** ein. Kulinarische Mitnahmeartikel bieten dem Handel ganzjährig zusätzliches Umsatzpotenzial.

### **Retail BLVD: Ausblick auf die Zukunft des Einzelhandels**

Laut Studienergebnissen des Institutes für Handelsforschung (IFH) lässt sich erkennen, dass der Kunde sich heute verstärkt online informiert und offline kauft. Das unterstreicht auch Christian Spancken, Google Zukunftswerkstatt: „Wer als Händler online nicht gefunden wird, ist praktisch nicht existent. Eine gute Onlinepräsenz führt auch zu mehr Frequenz im Laden.“ Der Kunde wünscht sich kompetente Beratung, emotionale Erlebnisse und zusätzlichen Service. Das findet er nur im stationären Handel. Wie zukunftsweisende Modelle aussehen können, zeigte die Christmasworld im Konzeptareal „Retail BLVD“. Gemeinsam mit dem IFH in Köln fokussierte der Retail BLVD die Customer Journey und bildete die Schritte vom Kaufimpuls zur Kundenbindung ab. Besucher informierten sich im „Social Media Playground“, „Convenience“- und „Experience House“ darüber, wie unterschiedliche Kundenbedürfnisse optimal befriedigt werden können – und vor allem, wie digitale Lösungen optimal verknüpft werden können.

Ricardo Camacho von Feliz Lucas, Weihnachtsartikel-Händler aus Mexiko: „Sehr interessant war die Führung durch den Retail BLVD – da konnte ich einiges für mein Business mitnehmen, beispielsweise wie man die digitalen Medien ergänzend im Ladengeschäft einsetzen und wie man Produkte gut präsentieren kann. Vor allem auch online, um das Käuferlebnis zu verbessern.“ Marta Golec von Candlemania aus Irland erkundete den „Social Media Playground“ und ergänzt: „Wir sind auf der Messe, um unsere Lieferanten zu treffen und Neuigkeiten zu entdecken. Der Retail BLVD ist eine tolle Ergänzung zu den immer wichtiger werdenden digitalen Kommunikationsmaßnahmen.“

Christmasworld - Seasonal Decoration at its best  
Internationale Frankfurter Messe für saisonale Dekoration und Festschmuck  
Frankfurt am Main, 24.-28.1.2020

Boris Hedde, IFH-Geschäftsführer fasst zusammen: „Mit dem Retail BLVD macht die Messe Frankfurt deutlich, dass sie ein Branchen-Insider und Experte für den Handel ist. Wir bieten gemeinsam erste Impulse und Lösungsansätze für die inhabergeführten Geschäfte. Die Kernzielgruppe wird für die Herausforderungen von morgen sensibilisiert.“

„Der Retail BLVD trifft den Zeitgeist, vor allem die Inhalte der Google Zukunftswerkstatt und die Führungen der IFH Experten waren klasse, allerdings brauchen diese Inhalte Zeit. Der stationäre Handel benötigt dringend Tipps für digitale Lösungen. Denn er muss erst noch in der digitalen Welt ankommen. Wir konnten dafür sehr viel mitnehmen“, ergänzt VDG-Geschäftsführer Botz.

Für eine weiterführende Vertiefung des Fachwissens stehen die Inhalte unterjährig auf [www.conzoom.solutions](http://www.conzoom.solutions) zur Verfügung.

### **Auffallend: Festliche Dekorationen werden nachhaltiger**

Die weihnachtliche und saisonale Dekoration wird spürbar nachhaltiger, sowohl im Kleinen als auch im Großen: zahlreiche Produkte wie Kerzen aber auch Kunstschnee, Bänder, Karten und Geschenkverpackungen sowie komplette festliche Dekorationen etwa für Städte und Shoppingcenter bestehen aus umweltfreundlichen Materialien und sind ressourcenschonender hergestellt. Die Beispiele reichen von Papierkugeln aus FSC freiem Papier (Bsp. Flatyz) über biologisch abbaubare Ringelbänder zu 100 Prozent aus Baumwolle (Bsp. C.E. Pattberg), einem Weihnachtsbaumständer zu 100 Prozent aus recyceltem Plastik (Krinner) bis hin zur spektakulären Lichtdekoration aus biologisch abbaubarem Zuckerrohr (Blachere Illumination).

Dieser Trend zeigt sich auch stilistisch: Kugeln, Anhänger, Übertöpfe oder Kerzenhalter nehmen florale Motive wie Zweige, Blüten und Blätter auf oder bestehen aus Holz, Kork, Papier, Glas sowie recycelten Materialien. Entsprechend natürlich ist auch die Farbpalette: Angesagt ist etwa Minzgrün, Flaschengrün oder auch Farngrün. Im Kommen ist außerdem Braun – im Trend liegen Haselnussbraun, Kaffeebohne oder Beige sowie der weihnachtliche Klassiker Rot in Fuchsia oder Bordeaux. Und „Classic Blue“ geht sowieso immer. Hier kommt es auf die elegante Inszenierung an. Für eine edle und gemütliche Note sorgt Samt, der gemeinsam mit frischen Blumen und Pflanzen schöne Akzente in der winterlichen Dekoration setzt. Den festlichen Charakter des traditionsreichen Weihnachtsfestes unterstreichen zusätzlich erlesene Schokoladen in dekorativen Formen, aromatisierte Kaffeebohnen oder exklusive Liköre sowie kulinarische Köstlichkeiten als Baumschmuck wie Törtchen, Brezeln oder auch Camembert.

Im kommenden Jahr finden die Konsumgütermessen erneut um den letzten Samstag im Januar statt:

Christmasworld: 29. Januar - 2. Februar 2021

Paperworld und Creativeworld: 30. Januar - 2. Februar 2021

Christmasworld - Seasonal Decoration at its best

Internationale Frankfurter Messe für saisonale Dekoration und Festschmuck  
Frankfurt am Main, 24.-28.1.2020

### **Hinweis für Journalisten:**

Nähere Informationen und Bildmaterial in hochauflösenden Daten finden Sie unter: [christmasworld.messefrankfurt.com](http://christmasworld.messefrankfurt.com)

## **Presseinformationen & Bildmaterial:**

[christmasworld.messefrankfurt.com/presse](http://christmasworld.messefrankfurt.com/presse)

## **Ins Netz gegangen:**

[www.facebook.com/christmasworld](http://www.facebook.com/christmasworld)

### **Christmasworld: Seasonal Decoration at its best**

Die Christmasworld ist der weltweit wichtigste Order-Termin für die internationale Deko- und Festschmuckbranche. Sie zeigt jährlich in Frankfurt die neuesten Produkte und Trends für alle Feste des Jahres und liefert innovative Konzeptideen für die Dekoration von Groß- und Außenflächen für den Groß- und Einzelhandel, Shoppingcenter, Bau- und Heimwerkermärkte und die grüne Branche. Die Christmasworld wartet mit der ganzen Bandbreite an Dekorations- und Festschmuckartikeln auf. Ein breit gefächertes Eventprogramm mit Trendareal, Sonderpräsentationen und Fachvorträgen bietet ein wertvolles und inspirierendes Zusatzangebot für das tägliche Business.

[christmasworld.messefrankfurt.com](http://christmasworld.messefrankfurt.com)

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

Die Wissensplattform Conzoom Solutions bietet dem Konsumgüterhandel ein vielfältiges Angebot wie Studien, Trendvorstellungen, Workshops und 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**

Messe Frankfurt ist der weltweit größte Messe-, Kongress- und Eventveranstalter mit eigenem Gelände. Mehr als 2.600\* Mitarbeiter an 30 Standorten erwirtschaften einen Jahresumsatz von rund 733\* Millionen Euro. Wir sind eng mit unseren Branchen vernetzt. Die Geschäftsinteressen unserer Kunden 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 Kunden weltweit eine gleichbleibend hohe Qualität und Flexibilität bei der Planung, Organisation und Durchführung ihrer Veranstaltung. Die Servicepalette reicht dabei 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 2019

Christmasworld - Seasonal Decoration at its best  
Internationale Frankfurter Messe für saisonale Dekoration und Festschmuck  
Frankfurt am Main, 24.-28.1.2020