

Christmasworld 2020

Coming home for business

Freitag, 20.12.2019

Unter dem Motto „Coming home for business“ öffnet die Christmasworld vom 24. bis 28. Januar 2020 in Frankfurt am Main ihre Tore. Auf der internationalen Leitmesse für die Dekorations- und Festschmuckbranche werden über 1.000 Aussteller ihre Neuheiten und Eye-Catcher für die umsatzstärkste und emotionalste Zeit des Jahres präsentieren. Zudem bieten Sonderpräsentationen und ein umfassendes Rahmenprogramm jede Menge Inspirationen und frische Ideen für den POS.

Von der mundgeblasenen Weihnachtsbaumkugel bis zur großflächigen Lichtinszenierung für die festliche Fassadengestaltung – auf der Christmasworld finden die Facheinkäufer aus dem Möbel- und Einrichtungshandel vielfältige Anregungen für die Sortimentsgestaltung und die Inszenierung am POS, so dass ein starker Erlebnisfaktor geschaffen wird.

„Sehen, testen, riechen, schmecken fühlen sind unschlagbare Vorteile, die das Einkaufserlebnis vor Ort steigern. Zukünftig werden Umsätze über Erlebnisse generiert und nicht mehr rein über das Produkt. Teil einer Lebenswelt zu werden, ist der neue Anreiz zum Kauf. Dafür bietet die Christmasworld Inspiration wie keine andere Konsumgütermesse. Sie verbindet Emotion und Business bzw. die Magie der Inszenierung mit geschäftlichen Erfolg“, so Eva Olbrich, Leiterin Christmasworld Messe Frankfurt Exhibition GmbH.

Sonderpräsentation „Dark Ocean“ mit Wow-Effekt

Auch das Rahmenprogramm bietet tolle Inspirationen, wie man seinen Kunden ein ganz besonderes Weihnachtsshopping-Erlebnis vermittelt.

Die Sonderpräsentation von 2dezn „Decoration unlimited – Dark Ocean“ steht für starkes Storytelling und ein überraschendes Wow-Erlebnis am POS. Sie feiert 2020 ihr zehnjähriges Jubiläum in der Galleria 1 und lässt die Besucher in eine faszinierende Welt voller rauer Elemente des Ozeans umgeben von beeindruckender Weihnachtsdekoration eintauchen.

„Egal ob Möbel, Weihnachtsschmuck, Beleuchtung oder Deko-Elemente – es geht darum, anders zu kombinieren, um im Laden eine besondere Atmosphäre zu schaffen und die Kunden immer wieder aufs Neue zu überraschen und in den Laden zu ziehen“, so Rudi Tuinman, Geschäftsführer von 2dezn.

„Emotion ist der Schlüssel. Mit über-raschenden, unerwarteten Verkaufs- und Präsentationskonzepten bringen wir die Menschen zum Lächeln und wecken ihre Kauflust.“

Christmasworld Trends 20/21 als Inspirationsquelle

Die neuen Christmasworld Trends, entwickelt vom Stilbüro bora.herke.palmisano, stehen unter dem Motto „family matters“. Diesmal wird der Wunsch nach urbanem Lebensstil und gleichzeitig achtsamer Lebensweise sowie mehr Nachhaltigkeit deutlich sichtbar. Das Trendareal in Halle 11 ist die wichtigste Inspirationsquelle für die kommenden Farben, Materialien und Designs.

Neu: Diesmal werden die neuen Stil- und Farbwelten für den Handel noch plakativer dargestellt und nützlicher im Gebrauch. „Wir präsentieren drei Stilwelten, die wir jeweils auf zwei unterschiedliche Weisen interpretieren. Neben der Weihnachtsdekoration gibt es eine weitere Variante – zum Beispiel für die Frühjahrs- oder Herbst-Dekoration – die dann auch farblich deutlich variiert“, so Annetta Palmisano vom Stilbüro. Damit erhält auch der Möbelhandel noch mehr Anregungen, wie er übers Jahr seine Wohnwelten mit passenden farblichen Accessoires immer wieder frisch in Szene setzen kann.

Retail BLVD gibt neue Impulse für die Customer Journey

Auf dem Retail Boulevard in der Galleria 0 erleben die Besucher eine visionäre Handelsstraße: In den drei Häusern „Social media playground-“, „Convenience-“ und Experience-House erfahren die Besucher, wie die Kunden zukünftig noch besser angesprochen werden können – ob in erster Linie erlebnis-, service- oder convenience-orientiert. In jedem Haus vermitteln Experten des IFH Köln ganz konkrete Lösungsansätze, um noch mehr Kunden anzulocken und an sich zu binden. Interaktion ist hier angesagt – über Kurzvorträge oder Live-Vorführungen, zum Beispiel zu saisonalen Schaufensterdekorationen, die schnell umgesetzt und variiert werden können. Oder es geht um multisensorische und digitale Lösungen, die am POS integriert werden. Zusätzlich gibt es dreimal täglich geführte Touren durch den Retail BLVD. Ein zentraler Marktplatz „Market square“ lädt zum Erfahrungs- und Wissensaustausch sowie Networking ein. Auf einer Tafel können Kommentare gesammelt werden, die in den Kurzvorträgen aufgegriffen werden. Ein aktiver Austausch, Fragen und Feedback sind ausdrücklich erwünscht. Hier wird es auch zweimal täglich Kurzvorträge zu den unterschiedlichen Shopper-Typen geben, die die IFH-Studie identifiziert hat.

Christmas Delights versüßen den Einkaufsbummel

Der Produktbereich Christmas Delights mit saisonalen Köstlichkeiten bereichert die Halle 12 als Centerpiece und lädt in stimmungsvoller Weihnachts

markt-Atmosphäre zum Entdecken und Probieren ein. Diese Schnelldreher und Mitnahmeartikel bieten zusätzliches Umsatzpotenzial für den Handel und bringen den Kunden in die richtige Weihnachts- und Kaufstimmung.

Ob Schokolade, Gebäck, Süßigkeiten oder Tee, Liköre und Glühwein – saisonale Köstlichkeiten und Getränke sind das ganze Jahr über attraktive Mitnahmeartikel, die ganz entspannt für zusätzlichen Abverkauf sorgen.

Und so wächst auch der Produktbereich „Christmas Delights“ – das Centerpiece mit den weihnachtlichen Hütten ist ausgebucht. 18 Aussteller, darunter erstmals drei aus dem Ausland, präsentieren sich in der Halle 12.0 mit neuen Ideen, die alle Sinne ansprechen. Zu den Ausstellern gehören u. a. ChocDecor, Chocolate Company Specials, Dethlefsen & Balk, Mahlgrad, Naschlabor, Tafelgut, Wondercandle, Royal Nature und Tee-Maass.

Wer sein Sortiment mit Frischblumen und Zierpflanzen aufpeppen möchte, wird im Produktbereich

Floradecora in der Halle 8.0 fündig. Grüne Erfolgsideen sorgen für frischen Zusatzumsatz – auch im Möbelhandel. Frischblumen, Pflanzen und konfektionierte Arrangements sind attraktive Convenience-Artikel, die immer Saison haben.

Hallenkonzept optimiert

Das 2019 erfolgreich eingeführte, neue Messekonzept in den Hallen 8, 9, 11 und 12 wird 2020 fortgeführt und leicht optimiert. Die Zielsetzungen sind weiterhin eine größtmögliche Inspiration und ein effizientes Ordern, was durch die Möglichkeit zum Rundlauf in der „0- und Via-Ebene“ erleichtert wird.

- Halle 8.0: „Weihnachten & Saisonale Dekoration“ ergänzen hier die Produktangebote „Floristenbedarf & Garten-dekoration“, „Bänder & Verpackungen“ sowie „Kerzen & Düfte“. Mit dabei sind zum Beispiel Kaemingk B.V., Edelman B.V., Boltze Gruppe GmbH, Heembloe-mex Deco B.V., Sandra Rich GmbH oder Eurosand GmbH. Neu: Der Produktbereich Floradecora schafft hier die beste Verbindung zwischen frischen Blumen und saisonaler Dekoration.
- Galleria 0: Hier inspiriert der Retail BLVD als Centerpiece mit neuen Ideen für eine gezielte Kundenansprache.
- Galleria 1 ist der ideale Standort für das Centerpiece: „Decoration unlimited – Dark Ocean“. Die Sonderpräsentation von 2dezign dekoriert mit verschwenderischer Freude und animiert zu Storytelling am POS.
- Halle 9.0 zeigt „Visuelles Merchandising & Licht“ und „Weihnachten & Saisonale Dekoration“ mit Ausstellern wie Blachere Illumination, Fotodiastasi, Inge's Christmas Decor, Globall Concept oder Riffelmacher & Weinberger Christbaumschmuck-Fabrik. Das Businessprogramm Premium findet direkt angrenzend im Raum Symmetrie in Halle 8.1 statt.
- Halle 11.0 verbindet „Weihnachten & Saisonale Dekoration“ mit „Floristenbedarf & Gartendekoration“ und bleibt mit den Christmasworld Trends 2020/21 als Centerpiece eine starke Inspirationsquelle. Zu den Ausstellern zählen Exotica Cor Mulder, Enzo de Gaspari, Gasper, IHR Ideal Home Range, Fink, Lightmakers oder Räder.
- Halle 12.0 präsentiert die Produktbereiche „Weihnachten & Saisonale Dekoration“ sowie Volkskunst aus dem Erzgebirge. Koopman International, Gilde Handwerk, Hoff-Interieur, Due Esse Christmas, Christmas Inspirations und G. Wurm sind u. a. mit dabei. Neu: Der Produktbereich Christmas Delights mit weihnachtlichen Süßwaren und kulinarischen Geschenken bildet hier das Centerpiece.
- Halle 12.1 präsentiert mit „Christmasworld International Sourcing“ individuelle Präsentationen und Länder-pavillons von Herstellern aus Ägypten, China, Hongkong, Indien, Japan, Philippinen, Sri Lanka, Südkorea, Taiwan, Thailand, der Ukraine und Vietnam. Sie decken von Floristenbedarf über saisonale Deko und Weihnachtsprodukte bis hin zur Beleuchtung alles ab.

Businessprogramm Premium bietet Mehrwerte

Das Businessprogramm Premium der Christmasworld holt am 27. Januar 2020 Ibrahim Ibrahim, CEO Portland Design Associates London, als Key-note Speaker auf die Bühne. Unter dem Titel „Urban

regeneration: The internet will not kill shops, it will liberate them!” zeigt er auf, wie die rasanten Veränderungen des Einzelhandels auch zu einer urbanen Erneuerung führen können und welche Chancen für alle Marktteilnehmer darin stecken.

Premium-Gäste profitieren von vielen Service-Vorteilen, wie freier Eintritt zur Christmasworld an allen Messetagen, Zugang zur Premium-Lounge am Messemontag in der Halle 8.1, Raum Symmetrie, exklusive Messeführungen – hier stehen besonders aufmerksamkeitsstarke Beleuchtungskonzepte im Fokus – sowie die Preisverleihung zum Wettbewerb „Best Christmas City“.

Kostenfreie Registrierung ist möglich bis 19. Januar 2020 unter christmasworld.messefrankfurt.com/premium. *Michaela Höber*

Coming home for business

Links

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