

International Consumer Goods Show

Vielversprechender Anmeldestand

Dienstag, 01.12.2020

Über 2.000 Aussteller aus 63 Ländern haben sich bereits zur International Consumer Goods Show vom 17. bis 20.4.2021 in Frankfurt am Main angemeldet. Die Fachmesse wird einmalig die Produktgruppen der Ambiente, Christmasworld und Paperworld vereinen. Belegt wird nahezu das komplette Westgelände in neuer Aufplanung der Hallen 8 bis 12. Ergänzt wird das Angebot durch die Digital Days, hier finden sich auch die rein digitalen Inhalte der Creativeworld wieder.

Nothing is forever. And this is for now: Die Fachmesse 2021 wird in vielerlei Hinsicht einzigartig und daher nicht vergleichbar sein mit einer singulären Ambiente, Christmasworld oder Paperworld. Zum einen handelt es sich bei der International Consumer Goods Show um eine einmalige Zusammenlegung der Produktgruppen der Messen Ambiente, Christmasworld und Paperworld in der Ausnahmesituation der weltweiten Pandemie. Zum anderen wird das Live-Messeerlebnis vor Ort zusätzlich digital ergänzt und so zur bestmöglichen Kombination aus physischer und digitaler Messeteilnahme.

„Für uns zählt, dass wir geschäftliche Begegnungen noch in der ersten Jahreshälfte wieder möglich machen und dafür für unsere Kunden ein verlässlicher Partner sind. Der durch nichts zu ersetzende reale Austausch ist dank unseres umfassenden Hygiene- und Sicherheitskonzeptes vor Ort auf dem Messegelände jederzeit möglich. Für den ergänzenden virtuellen Austausch sorgen die Digital Days mit einer preisgekrönten Technologie, die mittels künstlicher Intelligenz Angebot und Nachfrage zielgenau miteinander verzahnt“, betont Nicolette Naumann, Bereichsleiterin Ambiente, Messe Frankfurt Exhibition GmbH. Das neue, hybride Konzept ermöglicht es den internationalen Besuchern sowohl in Frankfurt als auch vom Arbeitsplatz oder Home Office aus bestehende und neue Kunden zu treffen, sich inspirieren zu lassen und zu ordern.

„Wir freuen uns sehr, dass über 2.000 Aussteller aus 63 Ländern neue Wege mit uns beschreiten. Digitale Messeergänzungen werden auch zukünftig bleiben. Das ist aus unserer Sicht die beste Antwort auf die aktuellen Herausforderungen“, ergänzt Naumann. 2022 werden die Veranstaltungen allerdings wieder getrennt und im gewohnten Orderzyklus stattfinden.

Westgelände mit neuem Produktmix nahezu ausgebucht

Die International Consumer Goods Show umfasst die Produktbereiche der Ambiente, Christmasworld und Paperworld, die in den Hallen 8, 9, 10, 11 und 12 neu aufgeplant werden. Die Angebote der Creativeworld finden Einkäufer ausschließlich online auf der Plattform der Digital Days.

Das fast ausgebuchte Westgelände präsentiert Einrichtungs- und Dekorationsaccessoires, Wohnkonzepte, Geschenkartikel und Schmuck/modische Accessoires, Produkte rund um den gedeckten Tisch, Küche und Hausrat sowie Festschmuck und saisonale Dekoration, Papier, Schreibwaren und Bürobedarf, Bastel- und Künstlerbedarf. Damit wird eine sehr breite Einkäufergruppe aus der Konsumgüterbranche angesprochen

– vom Volumeneinkäufer bis zum kleinen Einzelhändler, Importeure sowie gewerbliche Endverbraucher.

Digital Days sorgen für die internationale Reichweite

Besondere Zeiten erfordern clevere Maßnahmen: Die Digital Days finden parallel zur physischen Messe statt und bieten eine noch breitere Vernetzung aller Branchenteilnehmer aus der ganzen Welt – auch jenen, die aufgrund von möglichen Reisebeschränkungen im April 2021 nicht anreisen können.

„So bietet die International Consumer Goods Show 2021 das Beste aus zwei Welten: Das unersetzbare Live-Messeerlebnis vor Ort und eine Online-Matchmaking sowie Networkingplattform, die vor allem das Neukundengeschäft antreibt. Die Funktion einer Fachmesse potenzieren wir damit. Neben der Veranstaltung auf dem Messegelände in Frankfurt schaffen wir mit den Digital Days im virtuellen Raum Möglichkeiten, Leads zu generieren, direkt mit den Kunden in Kontakt zu treten und die Reichweite des Unternehmensauftritts deutlich zu steigern“, sagt Julia Uherek, Bereichsleiterin Christmasworld, Paperworld, Creativeworld, Messe Frankfurt Exhibition GmbH.

Alle Teilnehmer profitieren von neuen zusätzlichen digitalen Features zur Interaktion und Vernetzung. Basierend auf den drei Säulen Matchmaking (für Neukontakte und Meetings), Live-Stream (für Wissensvermittlung und Inspiration) und der Order-Plattform Nextrade erhalten Besucher die Möglichkeit – parallel zur Präsenzveranstaltung – zu netzwerken, sich inspirieren zu lassen und direkt zu ordern.

Events & Highlights on site und digital starke Inspirationsquellen

Nicht nur das Bedürfnis nach persönlichen Kontakten und dem direkten Austausch ist immens. Auch der Hunger nach Trendscouting, Inspiration, nach einem internationalen Marktüberblick – zu einem fixen Termin im Jahr, mit Teilnehmern aus der ganzen Welt, wie es nur eine international führende Leitmesse bieten kann. Und gerade in dieser schwierigen Zeit braucht der Handel neue Impulse zum Ankurbeln des Konsums. Das Rahmenprogramm der International Consumer Goods Show setzt genau hier an. Es behandelt zukunftsgerichtete Themen wie Nachhaltigkeit, Home Office, DIY oder Cocconing, die neue Anregungen für die Sortimentsgestaltung geben, aber auch essentielles Know How vermitteln, um bei der zunehmenden Digitalisierung mitzuhalten. Nachhaltigkeit wird so beispielweise das Leitthema des digitalen Rahmenprogramms des letzten Messetages sein.

Geplant sind Trendareale für die Ambiente, Christmasworld und Paperworld, eine Academy-Bühne mit spannenden Beiträgen und wertvollen Tipps zu aktuellen Themen (zum Beispiel Schaufensterdeko, Integration/Ausbau digitale Services etc.), ein Talents-Areal zur Förderung von jungen Designern. Es wird auch eine Ausstellung für den Negativpreis „Plagiarius“ für besonders dreiste Nachahmungen geben, um das Bewusstsein für Produktentwicklung und Markenschutz zu stärken. Alles, was physisch angeboten wird, wird auch parallel auf den Digital Days in deren Livestreams transportiert. So haben auch virtuelle Besucher Teil am Messeerlebnis.

Einziges Ausnahme bilden die Themen der Creativeworld wie die Creativeworld Trends oder die Creativeworld Academy, die eine eigene Bühne im Rahmen der Digital Days erhalten. Mit der neuen, rein digitalen Creativeworld Academy wird eine besondere Plattform für den kreativen Austausch zu den neuesten Produkten, Materialien und Techniken der Hersteller geboten. Für die virtuellen Creativeworld-Aussteller ist es eine perfekte Gelegenheit ihre Neuheiten einem qualifizierten Fachpublikum vorzustellen und direktes Feedback zu erhalten.

Mit ihrem Ticket für die International Consumer Goods Show erhalten Besucher auch vollen Zugriff auf die Digital Days.

Die International Consumer Goods Show und die Digital Days finden vom 17. – 20. April 2021 in

Frankfurt am Main statt.

Vielversprechender Anmeldestand

Links

- [International Consumer Goods Show](#)
- [Ambiente](#)
- [Christmasworld](#)