

Presse

Februar 2012

Creativeworld - The World of Art and Craft Supplies
Internationale Frankfurter Messe
Frankfurt am Main, 28. - 31.01.2012

Ina Gerbig
Tel. +49 69 75 75-6082
Fax +49 69 75 75-5801
ina.gerbig@messefrankfurt.com
www.messefrankfurt.com
www.creativeworld.messefrankfurt.com
CRW_05_Schlussbericht_Fachpresse.doc

**Aussteller der Frankfurter Konsumgütermessen zufrieden;
87.000 internationale Einkäufer**

**Deutlich gestiegene Orderlaune stützt positive
Branchenentwicklung**

Kreatives Gestalten und Basteln weiterhin im Trend

Die Frankfurter Konsumgütermessen Christmasworld, Paperworld und Creativeworld 2012 haben am 31. Januar 2012 mit hoher Besucherqualität und starkem internationalem Orderverhalten abgeschlossen. Mehr als 87.000 Fachbesucher (2011: 87.903, FKM-zertifiziert¹) aus 155 Ländern haben zur hohen Zufriedenheit der Aussteller beigetragen. „Unser Messetrio ist ein wahrer Anziehungspunkt für internationale Einkäufer. Dies zeigen die stabilen Besucherzahlen. Noch mehr freut uns die deutlich gestiegene Orderlaune der Einkäufer, die uns die Aussteller spiegeln,“ sagt Detlef Braun, Geschäftsführer der Messe Frankfurt, zum Ergebnis der Messen.

Beide Indikatoren tragen zu einer optimistischen Stimmung in den Branchen rund um Dekoration und Festschmuck, Papier-, Bürobedarf und Schreibwaren sowie Hobby-, Bastel- und Künstlerbedarf bei. Die rund 3.000 Aussteller aus 72 Ländern (2011: 3.053, FKM-zertifiziert) schauen trotz unruhiger Finanzwirtschaft mit positiven Erwartungen auf das begonnene Jahr. Denn obwohl tendenziell weniger Einkäufer aus Südeuropa und Asien nach Frankfurt kamen, konnten die Aussteller ihr internationales Geschäft weiter ausbauen. „Wir haben einen deutlichen Anstieg von osteuropäischen und insbesondere russischen Besuchern zu verzeichnen. Dies stützt die

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

¹ Vorjahreszahl FKM-zertifiziert - Paperworld, Creativeworld und Christmasworld abzüglich Hair and Beauty

Seite 2

Creativeworld - The World of Art and Craft Supplies
Frankfurt am Main, 28. - 31.01.2012

Internationalisierungsstrategien unserer Aussteller,“ sagt Braun weiter.

Dies bestätigen auch die Aussteller: „Wir sind sehr zufrieden mit dem Verlauf der Messe und haben deutlich stärker als im letzten Jahr Kontakt zu internationalen Kunden, insbesondere aus dem osteuropäischen Markt“, sagt Kirsten Rohde, Leitung Marketing und Einkauf Kreativfarben, Marabu GmbH & Co. KG.

Top-Besuchertländer sind neben Deutschland unter anderen Italien, Frankreich, die Niederlande, Großbritannien und die Schweiz.

Creativeworld startet erfolgreich ins zweite Jahr

Insgesamt zeigten 230 Aussteller (2010: 231 Aussteller, FKM-zertifiziert) aus 24 Ländern ihre Produkte rund um den Hobby-, Bastel- und Künstlerbedarf. Der Verlauf der Messe wird von den meisten Ausstellern als sehr positiv eingeschätzt. Dies lässt sich auch auf das gestiegene Orderverhalten und die hohe Besucherqualität zurück führen. So bestätigten die Aussteller, bei einer Befragung der Messe Frankfurt, dass das Orderverhalten auf 62 Prozent (2011: 49 Prozent) angestiegen sei. Auch die Besucherqualität ist von 76 Prozent in 2011 auf 80 Prozent in diesem Jahr gewachsen.

Die Creativeworld bot 6.181 Besuchern aus aller Welt wichtige Einblicke in die Trends von Morgen und die Neuheiten der Branche (2011: 5.372, FKM-zertifiziert). Aus dem Ausland kamen 3.067 Besucher (50 Prozent). Einige Aussteller stellten eine signifikante Zunahme von Besuchern aus dem osteuropäischen Raum fest, andere berichteten, dass Kunden aus den USA und Australien, die früher eher im Zweijahresrhythmus zur Creativeworld kamen, nun auch jährlich hier sind. „Es ist ein großartiger Erfolg für die Creativeworld, im zweiten Jahr noch mehr internationale Gäste nach Frankfurt am Main zu bringen. So können neue wichtige Geschäftskontakte geschlossen und der Radius des internationalen Geschäfts erweitert werden“, sagt Detlef Braun.

Die Besucher sind Neuheiten und Trends gegenüber sehr aufgeschlossen. Sowohl Gesamtkonzepte als auch Einzelprodukte erfreuen



Seite 3

Creativeworld - The World of Art and Craft Supplies
Frankfurt am Main, 28. - 31.01.2012

en sich guter Nachfrage. „Wir sind absolut zufrieden mit dem Verlauf der Messe. Die Stimmung ist bei allen super. Wir haben kein einziges „Nörgelgespräch“ geführt und keine Abwehrhaltungen gespürt, sondern ausschließlich ein pro-aktives Verhalten der Händler“, sagt Nils Knappe, Geschäftsführer, H. Schmincke & Co. GmbH & Co. KG. Dazu beitragen konnte der Workshopcharakter in der Halle 4.2 und die Möglichkeit für Besucher, selbst kreativ zu werden – Inspiration und Ideensammlung inklusive.

Branche blickt optimistisch in die Zukunft

Der Markt meldet den Ausstellern zurück, dass die Finanzkrise beim Kaufverhalten der Endverbraucher nicht spürbar ist und die Kunden „entspannt bis euphorisch“ reagieren. Der in finanziellen Krisen oft spürbare „Cocooning-Effekt“ trägt zu einer eher gegenläufigen Tendenz bei. Das eigene Heim wird verschönert und kreatives Gestalten rückt wieder mehr in den Vordergrund, so dass eine Kaufzurückhaltung nicht spürbar ist. Die Kreativbranche hatte 2011 ein zufriedenstellendes Jahr. Der Verband Hobby-Kreativ e.V. berichtet, dass die Mehrzahl der Hersteller ein Umsatzplus von ca. drei Prozent verzeichnet. Die Entwicklung in den einzelnen Segmenten war unterschiedlich und von Trends beeinflusst. Eine Preisanpassung aufgrund der gestiegenen Rohstoffpreise sei in einigen Bereichen unvermeidlich. „Nach den ersten drei Tagen und vielen Gesprächen mit den Verbandsfirmen kann ich ein positives Resümee abgeben. Von einer Krise ist nichts zu spüren - hier in Frankfurt am Main auf der Creativeworld habe ich an allen Tagen ein „volles Haus“ angetroffen. In dieser Form und diesem Umfang habe ich das noch nicht erlebt. Mein Fazit lautet: Die Creativeworld ist für Kreativbranche unverzichtbar und der Pflichttermin“, sagt Manfred Pulst, Vorsitzender des Verbandes Hobby-Kreativ e.V.

Qualität spielt eine immer größere Rolle

Der Konsument ist grundsätzlich bereit, hochwertig einzukaufen und insbesondere für „sichere Farben und Produkte“, Umweltverträglichkeit und Nachhaltigkeit Geld zu investieren. Gütesiegel spielen eine



Seite 4

Creativeworld - The World of Art and Craft Supplies
Frankfurt am Main, 28. - 31.01.2012

große Rolle. Die Zielgruppe der Eltern mit Kindern legen immer mehr Wert auf gesundheitlich unbedenkliche und umweltverträgliche Produkte. „Ein „Made in Germany“ ist vor dem Hintergrund des stärker werdenden Umwelt- und Gesundheitsbewusstseins ein starkes Verkaufsargument. Die Konsumenten zeigen ganz klar die Bereitschaft, Qualität zu kaufen“, resümiert auch Britta Olsen, Leiterin Marketing International, Staedtler GmbH & Co. KG.

Von großer Bedeutung für den Verkauf hochwertiger Produkte ist auch das Ambiente am Point of Sale für die Endverbraucher. Wichtig ist, dass die Fachhändler sich hier professionell aufstellen und sich so einen Wettbewerbsvorteil sichern.

Die Zusammensetzung der Konsumentenzielgruppen, die kreativ aktiv sind, hat sich nicht grundsätzlich geändert. Nach wie vor sind vor allem Frauen und Kindern die größte Zielgruppe. Aber innerhalb der weiblichen Zielgruppe gibt es Unterschiede. Der Markt hat zum Beispiel durch den Anstieg berufstätiger Frauen eine deutliche Veränderung erfahren, dadurch wird es, nach Herstellereinschätzung, mehr Komplettsets („Convenience“ Produkte) geben. „Mit dem ersten Preis des Creative Impulse Awards, in der Kategorie „Komplettset des Jahres“ für die Produktlinie „kids club“ fühlen wir uns in unserer Wahrnehmung bestätigt, mit den Bastelpackungen kreative Fertiglösungen zu bieten“, sagt Stephan Rayher, Geschäftsführer Rayher Hobby GmbH.

Internet als zusätzliche Chance nutzen

Das Internet spielt nach einhelliger Meinung der befragten Aussteller eine immer größere Rolle. Konsens bestand auch darin, sich diesen Herausforderungen zu stellen und die Chance dieser Entwicklung für sich zu nutzen. Daher gibt es zunehmend Konzepte von Händlern, über den Internetverkauf oder Webshops zu agieren. Dies bestätigt auch Manfred Pulst: „Der Wandel im Handel hält an: Das reguläre Ladengeschäft nimmt ab, neue Möglichkeiten mit Online- und Versandhandel nehmen stark zu. Dies ist allerdings nicht negativ zu beurteilen, sondern eröffnet neue Möglichkeiten des Nebengeschäfts



Creativeworld - The World of Art and Craft Supplies
Frankfurt am Main, 28. - 31.01.2012

beispielsweise über die Internet-Plattform.“ Darüber hinaus bietet das Internet auch viele Möglichkeiten für die Kommunikation mit Endkunden: Hier können Basteltrends und –anleitungen, sowie neue Produkte ansprechend präsentiert werden.

Drei Strömungen bestimmen die Kreativ-Branche

Eindeutige Trends im Sinne von einer Neuorientierung, Neuausrichtung oder Hinwendung zu „etwas ganz anderem“ werden seitens der Aussteller der Creativeworld 2012 nicht wahrgenommen. Dennoch wird von allen Befragten betont, dass sich die Strömungen der letzten Jahre in diesem Jahr verstärkt fortsetzen.

Zu nennen sind hier insbesondere drei Richtungen. Zunächst der Wunsch nach Individualität. Dies lässt besonders den Schmuckbereich wachsen. Hier wird Individualität mit einem neuen Materialmix verbunden. Kombiniert werden farbenfrohe Stoffe, Filz, Leder und Federn mit Charms-Anhängern und Murano-Glasperlen.

Ein weiterer Trend ist die Tendenz, sich wieder verstärkt der Häuslichkeit zuzuwenden. Kreative Wohnideen und Wohndekorationen spielen deswegen in der kommenden Saison eine ausgeprägte Rolle. „Ein Trend ist, dass alte Themen wieder in den Vordergrund rücken. Hierbei spielen Wohndekorationen und Individualität eine wichtige Rolle. Starre Barrieren, wie beispielsweise die Trennung von textilem Hobby und Malen, brechen mehr und mehr auf. Die Kreativität als solche steht jetzt im Vordergrund“, sagt Carsten Markus, Marketingleiter, Rico Design GmbH & Co. KG.

Und schließlich eng damit zusammenhängend nimmt das kreative Thema des gedeckten Tisches im Allgemeinen und Feste, wie das Hochzeitsfest im Besonderen, einen großen Raum ein. Tischdekorationen haben dabei eine Schlüsselfunktion und werden zum Ausdruck von Individualität und Gastfreundschaft.

Sowohl beim „Home Decoration“-Trend als auch bei der festlichen Tischdekoration stehen gedeckte Farben, luftiges Weiß, hell gebeiztes Holz und Pastelltöne auf der Farbpalette für die kommende Saison. Dieser Trend ist stark an die Strömungen der Christmasworld angelehnt. Auf der benachbarten Fachmesse für Dekoration und

Seite 6

Creativeworld - The World of Art and Craft Supplies
Frankfurt am Main, 28. - 31.01.2012

Festschmuck ist dieser luftig-leichte Farbtrend bei den Fertigprodukten ebenfalls Tonangebend. Auf der Creativeworld kommt der „Hand Made“-Charakter zusätzlich zum Ausdruck.

Wichtige Synergie-Effekte zu beiden Parallelmessen

Die Synergieeffekte des Messetrios haben sich in diesem Jahr noch positiver auf die Zufriedenheit von Besuchern und Ausstellern ausgewirkt. „Der Verbund der drei Messen und die sich daraus ergebenden Synergien sind sehr wichtig. Auf allen drei Messen sind interessante Zusatzsortimente im Angebot,“ sagt Manfred Pulst. Der so wichtige Blick über den Tellerrand ist in Frankfurt am Main möglich und neue Zielgruppen werden zusätzlich angesprochen. So bietet beispielsweise die Paperworld wichtige Anregungen und ein interessantes Zusatzsortiment in den Bereichen hochwertige Papeterie, Stifte und Schulbedarf. Auf der Christmasworld ist das Angebot an Verpackungen, Bändern und Floristik besonders umfangreich. Nicht nur Weihnachten ist hier ein Thema, alle Feste rund ums Jahr werden mit den unterschiedlichsten Produktangeboten abgebildet.

Sonderschauen und Preisverleihungen bieten Mehrwert

Die Creativeworld Trendschau hat in diesem Jahr „Flashy Nature“, „Cosy Darling“ und „Structural Mood“ als die Trends für die kommende Saison vorgestellt. Die Trends konnten im Sonderschau-Areal an einem Basteltisch nachgebastelt werden. Direkt daneben führte Hubert Romer täglich Gespräche mit Branchenexperten im Areal „Creative Talks“. Dort wurde am ersten Messetag auch der „Creative Impulse Award“ verliehen. Alle Produkte waren über die vier Tage hinweg zusätzlich auf dem Boulevard der Halle 4.2 ausgestellt. Beim Creative Symposium ging es am Messe-Sonntag um die neuen Medien in der Kreativebranche.

Seite 7

Creativeworld - The World of Art and Craft Supplies
Frankfurt am Main, 28. - 31.01.2012

Die nächste Creativeworld in Frankfurt: 26. bis 29. Januar 2013.

Hinweis für Journalisten:

Bildmaterial und weitere Statements zur Creativeworld unter
www.creativeworld.messefrankfurt.com

Hintergrundinformation Messe Frankfurt

Die Messe Frankfurt ist mit rund 457* Millionen Euro Umsatz und weltweit 1.769* Mitarbeitern das größte deutsche Messeunternehmen. Der Konzern besitzt ein globales Netz aus 28 Tochtergesellschaften, fünf Niederlassungen und 52 internationalen Vertriebspartnern. Damit ist die Messe Frankfurt in mehr als 150 Ländern für ihre Kunden präsent. An über 30 Standorten in der Welt finden Veranstaltungen "made by Messe Frankfurt" statt. Im Jahr 2011 organisierte die Messe Frankfurt 101 Messen, davon mehr als die Hälfte im Ausland.

Auf den 578.000 Quadratmetern Grundfläche der Messe Frankfurt stehen derzeit zehn Hallen und ein angeschlossenes Kongresszentrum. Das Unternehmen befindet sich in öffentlicher Hand, Anteilseigner sind die Stadt Frankfurt mit 60 Prozent und das Land Hessen mit 40 Prozent.

Weitere Informationen: www.messefrankfurt.com

* Vorläufige Zahlen (2011).