

news +++ Creativeworld  
4. bis 7. Februar 2023

## creativeworld

### Creativeworld 2023: Hohe Nachfrage und großer Zuspruch aus der Branche

**Frankfurt am Main, Mai 2022. Die Hobby-, Bastel- und Künstlerbedarfsbranche bekennt sich nach zwei Jahren Zwangspause mit großem Zuspruch zu ihrer internationalen Leitmesse. Sie blickt voller Vorfreude und Zuversicht auf das Konsumgüterevent im Frühjahr 2023. Mit einem hohen Anmeldestand starten die Planungen für die Creativeworld, die erstmals vom 4. bis 7. Februar 2023 stattfindet. Dabei ist vieles neu: der Umzug in die Halle 1, die Erweiterung des Produktportfolios sowie die Synergien zu den Weltleitmessen Ambiente und Christmasworld.**

Wer die Creativeworld kennt, weiß um ihre einzigartige internationale Rolle in der DIY-Branche. Sie ist kreativer Treffpunkt und Businessplattform, vereint Markenunternehmen und Newcomer und versprüht ein quirliges, geschäftiges und inspirierendes Flair. Der persönliche Austausch steht dabei im Zentrum, sei es in Verkaufsgesprächen, Produktvorführungen am Stand oder bei den Workshops in der Creativeworld Academy. „Es waren zwei lange Jahre, in denen die kreative Community auf ihr Branchenhighlight verzichten musste. Jetzt schauen wir voller Zuversicht und mit allen Keyplayern an Bord auf die Creativeworld 2023. Der gute Anmeldestand begeistert uns, so dass wir hoch motiviert in die Planung gehen. Und als neue Leiterin der Creativeworld kann ich es kaum erwarten, sie nun endlich live zu erleben“, sagt Eva Olbrich, Leiterin Christmasworld und Creativeworld bei der Messe Frankfurt.



Creativeworld: Im Februar 2023 wieder live und in Farbe.  
Foto: Messe Frankfurt/Jean-Luc Valentin

Mit der Erweiterung des Produktportfolios um kreative Schreib-, Mal- und Zeichengeräte, und dem neuen Messezeitpunkt parallel zur Ambiente und Christmasworld, wird die Creativeworld wachstumsorientiert für die Zukunft aufgestellt. Auch der Umzug in die Halle 1 sorgt dabei für neue Impulse.

### **Creativeworld als „Hotspot“ der Branche gefragt**

Die Rückmeldungen aus der Branche sind durchweg positiv und die hohe Nachfrage nach Fläche bestätigt den Stellenwert der Creativeworld am Markt. Stephan Rayher, Geschäftsleitung Rayher Hobby, sagt: „Die Creativeworld war, ist und bleibt die wichtigste internationale Messe und damit ‚Hotspot‘ für alle, die in der Kreativ-Branche arbeiten. Und jetzt, nach einer so langen Durststrecke, können wir uns endlich auch wieder persönlich austauschen und so die richtigen Signale für die Branche senden.“ Auch Nils Knappe, Geschäftsführer bei H. Schmincke & Co., unterstreicht die wichtige Rolle der Fachmesse: „Nachdem die Creativeworld die letzten zwei Jahre nicht stattfinden konnte, hat diese Plattform als Präsenzveranstaltung für uns und unsere zumeist internationalen Kund\*innen eine ganz besondere Bedeutung. Das kann durch digitale oder hybride Formate nicht kompensiert werden.“ Und Jürgen Feuerstein, CEO / Molotow, Feuerstein GmbH erklärt: „Es ist schön, wieder Teil einer physischen Messe zu sein. Der persönliche Austausch mit anderen Handelspartnern auf der Creativeworld ist enorm wichtig und kann in der Kommunikationspolitik mit keiner anderen Maßnahme gleichermaßen ersetzt werden.“



Die Halle 1 wird die neue Heimat der Creativeworld.  
Foto: Messe Frankfurt/Pietro Sutura

Die nationalen und internationalen Hersteller\*innen werden ihr Portfolio aus den vier Produktgruppen Hobby und Basteln, Grafik und Künstlerbedarf, Graffiti und Street Art sowie Handarbeit und textiles Gestalten zur kommenden Veranstaltung in einer neuen Umgebung präsentieren können. Der Umzug in die Halle 1, die wegen ihrer guten Lage in Citynähe und ihrer Fassadengestaltung als „Fenster zur Stadt“ bezeichnet wird, sorgt für frischen Wind und unterstreicht den Neustart als Präsenzveranstaltung. Die Planungen für die Belegung der Hallenebenen 1.1 und 1.2. laufen derzeit auf Hochtouren, denn bisher haben sich alle großen Marken für die Creativeworld 2023 angemeldet und neue Aussteller\*innen aus dem PBS-Bereich mit ihren Kreativlinien werden zwischen Leitmarken präsentiert.

## **Creativeworld baut ihr Produktangebot aus und profitiert von neuen Synergien**

2023 finden die Creativeworld, die Ambiente und die Christmasworld erstmals zeitgleich statt. Die damit neu geschaffene Kombination aus drei erfolgreichen Leitmesse an einem Ort und zu einem Zeitpunkt bietet ein zukunftsorientiertes, unvergleichbares und weltweit einmaliges Produktangebot. „Mit diesem Zusammenschluss werden die Konsumgütermessen in Frankfurt zum Zentrum der globalen Ordersaison. Wir stärken Synergieeffekte und Effizienz für alle Beteiligten, denn an einem Termin und an einem Ort kann die Konsumgüterwelt zukünftig die umfassendste Inspirations-, Order- und Netzwerkplattform erleben“, so Olbrich. Der zukünftige One-Stop-Shop wird von der weltweit agierenden Kreativwirtschaft sehr positiv aufgenommen. Kirsten Rohde, Vice President Marketing, Purchasing and R&D Marabu Creative Colours, sagt: " Wir sehen es als Chance, dass Besucher aus dem Umfeld der Ambiente oder der Christmasworld Interesse an der Creativeworld finden und bei uns neue Themen entdecken können." Für Britta Olsen, Head of Brand & Communications bei Staedtler, ist der Zusammenschluss ein logischer Schritt in die richtige Richtung: "Neue Zeiten brauchen neue Ideen und Konzepte. Wir freuen uns darauf, mit unserer Teilnahme an der Creativeworld im nächsten Jahr Teil des neuen Konzepts 'Home of Consumer Goods' zu sein."

Im Zuge der neuen Messekonstellation werden die Produktbereiche Papier, Bürobedarf und Schreibwaren zukünftig in die Creativeworld, Christmasworld und Ambiente integriert. So werden kreative Schreib-, Mal- und Zeichengeräte das Angebot der Creativeworld erweitern und die Leitmesse noch breiter für die Zukunft aufstellen. Dabei liegt der Blick auf Einkäufer\*innenzielgruppen, die sich immer stärker überschneiden. Gerade vor dem Hintergrund, dass zahlreiche klassische Schreibgerätehersteller ihr Produktportfolio in Richtung Kreativmaterialien ausbauen, ist der gemeinsame Auftritt unter dem Dach der Creativeworld ein für den Markt logischer Schritt. Online Schreibgeräte ist einer davon, CEO Alexander Apfel begrüßt die Teilnahme an der Creativeworld: „Online Schreibgeräte war bereits 30 Jahre fester Bestandteil der Paperworld. Im Laufe der Jahre hat sich unser Kreativsortiment stetig weiterentwickelt und erweitert. Unsere Freude am handschriftlichen und kreativen Schreiben wollen wir 2023 zum ersten Mal auf der Creativeworld mit allen Besucher\*innen teilen. Für unsere stetige Weiterentwicklung ist es maßgeblich, auch Blicke über den berühmten Tellerrand hinaus zu wagen und Anregungen aus anderen Themenfeldern zu gewinnen. Die Zusammenführung der drei Leitmessen bietet hierfür eine ideale Basis.“

Den Hersteller\*innen für Bürobedarf und -ausstattung, Büropapiere, Remanexpo und mit Future of Work bietet zukünftig der neu geschaffene Bereich Ambiente Working ein Zuhause, das auch für die Büroeinrichtung zukunftsweisende Perspektiven bietet. Ergänzend wird Ambiente Giving mit dem Angebotsspektrum rund um Stationery weiterentwickelt, das unter anderem Papeterie und Schulbedarf umfasst. Die thematisch passende Produktgruppe rund um Verpackung wird Teil der Christmasworld.

## **Rahmenprogramm stellt Metathemen der Veranstaltungen in den Fokus**

Für die Kreativen aus aller Welt sind das haptische Erlebnis und der persönliche Austausch unverzichtbar. So bringt die Creativeworld die Hersteller\*innen und Fachbesucher\*innen nicht nur an den Messeständen zusammen, sondern bietet mit Sonderschauarealen wie der Creativeworld Academy oder den Creativeworld Trends einzigartige Kommunikations- und Aktionsplattformen. Dort wird wieder gemeinsam gebastelt, gemalt, gestalterisch gearbeitet oder über Innovationen, neue Kreativtechniken und Entwicklungen diskutiert. Dabei stehen die Areale ganz im Zeichen der Veranstaltungsmetathemen Lifestyle und Design, New Work sowie Sustainability.

Gerade Nachhaltigkeit spielt bei der Creativeworld eine immer wichtigere Rolle. Bereits vor der Corona-Pandemie wurde deutlich, dass sich die Kreativen immer mehr im Einklang mit der Natur bewegen. Zahlreiche Hersteller\*innen haben das erkannt und reagieren auf diese Entwicklung mit wiederverwertbaren Materialien, biologisch abbaubaren Inhaltsstoffen, reduzierten Verpackungen, wiederauffüllbaren Kartuschen oder zertifiziertem Holz. Dies wird durch eine gestiegene Nachfrage nach langlebigen Produkten und umweltschonend produzierten Materialien weiter vorangetrieben. Somit werden zur Creativeworld 2023 die Hersteller\*innen dieser Produkte mit dem Special Interest „Sustainability“ prominenter herausgestellt.

Die Creativeworld wird ab Februar 2023 zeitgleich mit den internationalen Konsumgüterleitmesssen Ambiente und Christmasworld auf dem Frankfurter Messegelände stattfinden.

Creativeworld:	4. bis 7. Februar 2023
Ambiente/Christmasworld	3. bis 7. Februar 2023

**Hinweis für Journalist\*innen:**

Weitere Informationen finden Sie unter: [creativeworld.messefrankfurt.com](http://creativeworld.messefrankfurt.com)

**Presseinformationen & Bildmaterial:**

<http://creativeworld.messefrankfurt.com/presse>

**Ins Netz gegangen:**

Facebook: [www.facebook.com/creativeworld.frankfurt](http://www.facebook.com/creativeworld.frankfurt)

Instagram: [www.instagram.com/creativeworld.frankfurt/](http://www.instagram.com/creativeworld.frankfurt/)

LinkedIn: [www.linkedin.com/company/creativeworldfrankfurt](http://www.linkedin.com/company/creativeworldfrankfurt)

Twitter: <https://twitter.com/Creativeworld>

**Creativeworld Hashtags**

#creativeworld23 #homeofconsumergoods #creativeindustry



**Ihr Kontakt:**

Kerstin Winkel

Tel.: +49 69 75 75-3620

[kerstin.winkel@messefrankfurt.com](mailto:kerstin.winkel@messefrankfurt.com)

Messe Frankfurt Exhibition GmbH

Ludwig-Erhard-Anlage 1

60327 Frankfurt am Main

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

### **Informationen zur Creativeworld**

Die Creativeworld ist die weltweit wichtigste Fachmesse für die internationale Hobby-, Bastel- und Künstlerbedarfsbranche. Die Aussteller zeigen Produktneuheiten, Techniken und Materialien zum dekorativen Basteln, für den Grafik- und Künstlerbedarf, Handarbeit und textiles Gestalten, Graffiti und Street Art sowie fürs kreative Hobby. Die Fachmesse ist als Trend- und Businessplattform die erste Anlaufstelle im Geschäftsjahr. Für den Groß- Einzel- und Fachhandel, für Baumärkte und Gartencenter, Internet- und Versandhandel ist die Creativeworld der ideale Ordertermin. Mit ihrem abwechslungsreichen Eventprogramm sorgt die Creativeworld für neue Ideen, Anregungen und Branchen-Know-how.

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

Die Wissensplattform Conzoom Solutions bietet dem Konsumgüterhandel ein vielfältiges Angebot wie Studien, Trendvorstellungen, Workshops oder 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)

### **Der digitale Marktplatz Nextrade**

Das digitale Order- und Datenmanagement Nextrade für Marken und Händler der Konsumgüterbranche verlängert die Messe und ermöglicht Bestellungen zu jeder Tages- und Nachtzeit an 365 Tagen im Jahr.

[www.nextrade.solutions](http://www.nextrade.solutions)

### **Hintergrundinformation Messe Frankfurt**

Die Unternehmensgruppe Messe Frankfurt ist die weltweit größte Messe-, Kongress- und Eventveranstalterin mit eigenem Gelände. Zum Konzern gehören rund 2.300\* Mitarbeitende im Stammhaus in Frankfurt am Main und in 30 Tochtergesellschaften weltweit. Das Unternehmen hat im Jahr 2021 zum zweiten Mal in Folge mit den Herausforderungen der Pandemie zu kämpfen. Der Jahresumsatz wird rund 140\* Millionen Euro betragen, nachdem vor der Pandemie im Jahr 2019 noch mit einem Konzernumsatz von 736 Millionen Euro abgeschlossen werden konnte. Auch in den schwierigen Zeiten der Corona-Pandemie sind wir mit unseren Branchen international vernetzt. Die Geschäftsinteressen unserer Kund\*innen 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 Kund\*innen weltweit eine gleichbleibend hohe Qualität und Flexibilität bei der Planung, Organisation und Durchführung ihrer Veranstaltung. Unsere digitale Expertise bauen wir um neue Geschäftsmodelle aus. Die Servicepalette reicht 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 2021