



Medien-Information 35 / 2008 - Vorläufiger Schlussbericht

16.03.2008

- **CREATIVA 2008 mit 73.300 Besuchern**
- **Pro-Kopf-Umsatz gestiegen**
- **Verkäufe für 8,6 Millionen Euro**
- **Hollywood-Fotograf lobt Atmosphäre der Ausstellung**

Dortmund (AWe) – Insgesamt 73.300 Besucher kamen zur CREATIVA 2008 (12. bis 16. März) in die Messe Westfalenhallen Dortmund. Damit liegt das Ergebnis zwar, bedingt durch die abschreckenden Sturmwarnungen am ersten Messtag und die ausnahmsweise extrem frühen Osterferien, 9 Prozent unter dem des Vorjahres. Die Aussteller waren trotzdem zufrieden, hatten die Besucher doch im Schnitt 119 Euro pro Kopf ausgegeben – und damit deutlich mehr als 2007.

Es bleibt auch 2008 dabei: Die CREATIVA stellt eine hochattraktive Plattform für den Handel dar. Sie zieht Besucher an, von denen der Großteil mit einer erklärten Kaufabsicht anreist. Auch deshalb, weil die meisten Besucher sich rund um das Jahr mit dem Thema Kreativität beschäftigen. **Im Schnitt gibt jeder CREATIVA-Besucher pro Monat fast 30 Euro für Kreativ-Produkte aus.** Das ergab die Besucherbefragung durch ein unabhängiges Messe-Marktforschungsinstitut. **Auf der CREATIVA 2008 wurden insgesamt 8,6 Millionen Euro umgesetzt.** 98,4 Prozent der Besucher hatten auf der Ausstellung etwas gekauft oder bestellt.

Noch stärkere Anziehungskraft als 2007

Die CREATIVA richtet sich an alle, die sich mit handwerklich-kreativen und gestalterischen Tätigkeiten beschäftigen. Neben den Privatbesuchern sind das insbesondere Kinderpfleger/innen, Erzieher/innen, Lehrkräfte, Ausbilder, Sozialpädagogen und Therapeuten. Tatsächlich **kamen in diesem Jahr 13,7 Prozent der Besucher aus Gründen zur Ausstellung, die mit ihrer beruflichen Tätigkeit oder Ausbildung zu tun hatten.**

93,8 Prozent der CREATIVA-Besucher sind weiblich. Und sie nehmen zum Teil **weite Anreisen** in Kauf. 26,4 Prozent der Besucher legten 50 bis 100 Kilometer Anreise für die CREATIVA 2008 zurück. Weitere 28 Prozent fuhren sogar 100 bis 300 Kilometer und 4,9 Prozent über 300 Kilometer weit. Damit ist die **überregionale Anziehungskraft der CREATIVA im Vergleich zum Vorjahr noch stärker geworden.** Neben Besuchern aus Deutschland wurden auch Gäste aus Bulgarien, Luxemburg, Österreich, der Schweiz und Australien gezählt.

Besonders **gefragte Angebotsbereiche** auf der CREATIVA 2008 waren Bastelbedarf, Textiles Gestalten und Handarbeiten, Schmuck, Mal- und Zeichenzubehör sowie Kunsthandwerk. Nur 0,5 Prozent der Besucher waren mit dem Angebotsspektrum der CREATIVA unzufrieden.

Fast 98 Prozent der Besucher gaben hingegen an, mit ihrem Messebesuch insgesamt zufrieden zu sein. Die **Ziele**, mit denen die Besucher zur CREATIVA gekommen waren, wurden **für 8 von 10 Besuchern ganz oder teilweise erfüllt**. 18,8 Prozent konnten dies zum Zeitpunkt der Befragung noch nicht beurteilen.

Ausgezeichnete Noten erhielt **Dortmund als Standort für die CREATIVA**. Die Besucher bewerteten den Messestandort mit „gut“ bis „sehr gut“

Die Messe Westfalenhallen Dortmund GmbH hatte anlässlich der CREATIVA 2008 erneut ein eigenes **CREATIVA-Magazin** auf den Markt gebracht, das bundesweit im Fachzeitschriftenhandel vertrieben wurde. Offensichtlich setzt sich das Produkt langsam durch: Immerhin schon fast **jeder vierte Besucher der CREATIVA kennt das Magazin**.

Das sagen die Aussteller

Die 440 kommerziellen und ideellen **Aussteller** auf der CREATIVA 2008 kamen **aus acht verschiedenen Ländern**. Der bislang in der Geschichte der CREATIVA wohl **am weitesten angereiste Aussteller** kam aus Kirgisistan. Das Unternehmen verkaufte in Halle 7 hochwertige Filzprodukte.

Ob aus dem Ausland oder aus Deutschland – **die Aussteller zogen weitgehend eine zufriedene Bilanz**. Nur 5 Prozent der Aussteller schätzten ihren geschäftlichen Erfolg auf der CREATIVA 2008 bei einer eigens durchgeführten Befragung als unzureichend ein. Für 76,3 Prozent der Aussteller hingegen waren die Erwartungen, mit denen sie zur CREATIVA 2008 gekommen waren, ganz oder teilweise erfüllt worden. Für weitere 6,7 Prozent waren die Erwartungen sogar übertroffen worden.

Großhändler Rolf Kirchhoff schätzt die **konstant hohe Besucherqualität** der CREATIVA. Er wird in Dortmund jedes Jahr von Stammkunden aus Österreich, der Schweiz und den Niederlanden aufgesucht. „Viele Besucher decken sich auf der CREATIVA mit einem ganzen Jahresbedarf ein“, erklärt er. Nicht selten gingen dann **dreistellige Summen pro Einkauf** über die Theke. „Kirchliche Gruppen oder Vereine kommen mit mehreren Mitgliedern zur CREATIVA und **arbeiten ganze Einkaufslisten ab**“, freut sich der Großhändler. „Das sind die Zielgruppen der Zukunft.“ Kirchhoff hat in diesem Jahr einen Schmuck-Boom auf der CREATIVA beobachtet. Besonders gut gingen bei ihm spezielle Perlen, in Bezug auf die er am Freitag bereits einmal ausverkauft war.

Die Wohnverlag GmbH zeichnete in diesem Jahr für die Floristik-Vorträge in Halle 8 verantwortlich. „Wir haben dort live vorgeführt, was ansonsten in unseren Zeitschriften erklärt wird“, erläutert Verlagsmitarbeiter Dennis van Offern. „Die Vorträge fanden fünfmal täglich statt und waren **etliche Male**

ausgebucht.“ Auf der anderen Seite des Standes bot der Verlag seine Zeitschriften an und verzeichnete auch dort eine starke Nachfrage. Van Offern: „Die CREATIVA ist für uns die **umsatzstärkste Messe.**“

Vertriebsleiter Michael Held von „World of Paper“ war in diesem Jahr zum zweiten Mal auf der CREATIVA vertreten. Im Vergleich zur Premiere konnte er **die Verkäufe um 20 Prozent steigern.** „Die Umsätze haben von 4- auf 5-stellig zugelegt“, freut er sich. Auch das ein Indiz für die Bedeutung der CREATIVA: Als das Ausstellerverzeichnis der Ausstellung im Internet (www.creativa.info) online ging, schnellten auch die Zugriffszahlen auf der Homepage von „World of Paper“ um 30 Prozent in die Höhe. Der Web-Auftritt des Unternehmens war mit den Seiten der CREATIVA verlinkt.

Susanne Engelbrecht vom Unternehmen „Stempel Art“ hat zwei Kreativ-Fachgeschäfte und nimmt darüber hinaus nur an ausgesuchten Messen teil. Auf der CREATIVA konnte sie den Umsatz in den letzten zwei Jahren leicht steigern und ist **mit dem Ergebnis 2008 ausdrücklich zufrieden.** 300 bis 400 Stempel konnte sie pro Tag verkaufen. „**Aber auch die Abverkäufe nach der Messe sind nicht zu unterschätzen**“, wie sie weiß.

Nicht immer freilich müssen Verkäufe unbedingt der Sinn einer Messebeteiligung sein. Ein ungewöhnliches Ziel verfolgte der Bundesverband Deutscher Eisenbahnfreunde (BDEF), einer der größten deutschen Dachverbände für Eisenbahn-Fans mit 30.000 Mitgliedern. Er wollte auf der CREATIVA 2008 mit Workshops und Informationen **Frauen an das Hobby Modellbahn-Bau herantführen.** „Wir hatte positive Resonanz, ein Anfang ist gemacht“, sagt Heidi Wolf, Leiterin des Arbeitskreises „Frauen“ im BDEF. „Mancher Mann war hier am Stand erstaunt über Fähigkeiten seiner Frau, die er noch gar nicht kannte“, schmunzelt sie.

Fotograf Joseph Wolfsberg ist spezialisiert auf Filmfotografie und **arbeitete eigentlich gerade für eine Hollywood-Produktion** in Ostdeutschland mit Schauspielern wie Julie Delpy und William Hurt. Für die CREATIVA aber nahm er sich eine Woche frei. In Dortmund leitete Wolfsberg Mal-Workshops und bot handgemachte Schwimmkerzen an. „Das ist für mich eine willkommene Abwechslung zur Arbeit am Film-Set“, sagt er. „Hier auf der CREATIVA herrscht **ein tolles Community-Gefühl**, die Leute sind unheimlich kreativ und cool drauf. **Diese Atmosphäre kann man mit Geld nicht kaufen.**“

Auch Aussteller Rudolf Sonnhalter aus Gelsenkirchen hat die Gesamtatmosphäre auf der CREATIVA 2008 genossen. „**Nette Besucher, angenehme Atmosphäre, keine Probleme**“, fasst er zusammen.

Blick in die Zukunft

85 Prozent der Aussteller gaben bereits jetzt an, bei der CREATIVA 2009 bestimmt oder sehr wahrscheinlich wieder dabei zu sein. Davon wollen 72,2 Prozent in gleichem Umfang teilnehmen, während 15,3 Prozent, und damit mehr als im Vorjahr, ihre Standfläche vergrößern möchten. 8,7 Prozent der Aussteller konnten noch nicht sagen, ob sie wieder teilnehmen.

Eine ähnlich positive Tendenz zeigt sich auf Besucherseite. Hier ergab sich eine hohe Bereitschaft, auch im kommenden Jahr die Ausstellung zu besuchen. Auf einer Scala von 1 bis 6, wobei 1 eine sehr hohe und 6 eine sehr geringe Bereitschaft anzeigt, ergab sich ein Durchschnittswert von 1,8. Nahezu genauso positiv äußerten sich die Besucher auf die Frage, ob sie die CREATIVA Freunden und Bekannten weiterempfehlen würden.

Die nächste CREATIVA findet vom 25. bis 29. März 2009 in Dortmund statt.

Zusammenfassung: Die CREATIVA 2008 auf einen Blick

CREATIVA	Titel
12. bis 16. März 2008	Dauer
27. Ausstellung für kreatives Gestalten	Kurzbeschreibung
Messe Westfalenhallen Dortmund GmbH	Veranstalter
Westfalenhallen 4 - 8 (Halle 5: Messe-Café)	Hallen
Mehr als 30.000 Quadratmeter (brutto)	Ausstellungsfläche
440 kommerzielle und ideelle Aussteller aus acht Ländern, und zwar aus Deutschland, Frankreich, Kirgisistan, den Niederlanden, Österreich, Polen, der Schweiz und Ungarn	Aussteller
Applikationen, Bänder, Bastelbedarf, Bekleidung, Fensterbilder, Garne, Handarbeiten, Holzwaren, Kindermoden, Künstlerbedarf, Kunsthandwerk, Papier, Patchwork-Quilt, Patchwork-Stoffe, Stempel, Sticken, Stoffe, Plüsch, Puppen und deren Zubehör, Schmuck und Schmuckzubehör	Angebotsschwerpunkte
Verbraucher mit handwerklich-schöpferischen Interessen wie Handarbeiten, kreativem Basteln oder Kunsthandwerk, Freizeit-Künstler und Menschen, die sich neben-/beruflich mit kreativen Tätigkeiten beschäftigen	Zielgruppe
73.300	Besucher
Halle 4: FrauenPower - Visionen in Kunst & Design <ul style="list-style-type: none"> • Matronen • Objektkunst • Kopfbedeckungen • Papiercollage • Öl auf Leinwand • Malerei & Zeichnung • Malerei & Filz • Sitzobjekte • Stahlblechfiguren • Mode aus alte Materialien • Skulptur • Schmuckobjekte/Porzellan 	Sonderschau
Halle 4: Aktionsbühne <ul style="list-style-type: none"> • Jetzt geht's rund – Crazy total von A – Z • Sabrina – Trendige Strickmode für den Frühling • CREATIVA Trends: Schwinglieren – eine neue Bewegungskunst • Wie ein Bild entsteht... • Visionen in Kunst & Design 	Aktionsbühne

<ul style="list-style-type: none"> • Karten gestalten mit Stempeln und der Batiktechnik • Mode mit Strick, Charme & Spitze • Martina Lammel bastelt live. Ihr Motto: Kleiner Aufwand, große Wirkung • Schmucke Accessoires 	
<p>Halle 4: Künstleratelier live</p> <ul style="list-style-type: none"> • Workshop Temari – Eine japanische Handarbeitstechnik mit Tradition • Workshop Dekorative Skulpturen • Workshop Glasmosaik • Workshop Airbrushmalerei • Workshops Deko-Passepartouts 	Workshops
<p>Halle 6: Hauptsache genäht!</p> <ul style="list-style-type: none"> • Workshop Aufgenäht & Verziert • Workshop Stoff & Spitze • Workshop Barbie im Fashion Fever • Workshop INCHIES – Grenzenlose Möglichkeiten aus der Restekiste • Wechselnde Nähworkshops • CREATIVA Tauschbörse: INCHIES – Sammelleidenschaft im Miniformat 	Tauschbörse
<p>Halle 7: Kreativmarktplatz</p> <p>Der Kreativmarktplatz unter dem Motto „Home – Deko – Trends 2008“ mit einer Reihe von Workshops rund um die Themen Homedecoration, Schmuck und ideenreiches Gestalten mit Farben.</p>	Kreativmarktplatz
<p>Halle 8:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mitmachaktion Memohand • Handweben hat was... • Kunstschule im Farbraum • Keramik-Kunst • Dortmunder Creativ Gruppe 68 • Glasperlenfreunde NRW • Die Palette – Dortmunder Szenerien • Bildender Kunst – Hobbyclub Dortmund-Scharnhorst e.V. 	Mitmachaktionen

Medienkontakt:

Westfalahallen Dortmund GmbH
Zentralbereich Kommunikation
Tel.: 0231 / 12 04 – 514
Fax: 0231 / 12 04 – 724
E-Mail: medien@westfalahallen.de

honorarfrei -
Belegexemplar
erbeten