



656 Editions Pressemitteilung  
22. November 2021

## DIE CTCO DEUTSCHLAND 2022 WIRD ABGESAGT

**Nach zahlreichen Gesprächen mit den Branchenvertretern entschied sich 656 Editions, der Veranstalter der CTCO, die erste Ausgabe der CTCO Deutschland abzusagen.**

Obwohl sich bereits viele namhafte Aussteller für die Fachmesse engagiert haben, bleiben viele Marktakteure zögerlich und vor allem große Unternehmen werden auch 2022 weniger oder gar nicht auf Messen ausstellen.

„Unter den derzeitigen Bedingungen sind wir der Meinung, dass wir die Ziele, die wir uns für eine erste CTCO-Edition in Deutschland gesetzt haben, nicht erreichen können, und wir wollen die Investitionen unserer Kunden nicht gefährden. Daher halten wir es für besser, die Veranstaltung abzusagen“, erklärt Pierre Mirlit, Geschäftsführer von 656 Editions, die Entscheidung, die für Anfang Januar geplante CTCO Germany 2022 abzusagen. „Natürlich hätten wir eine Messe auch mit weniger Ausstellern durchführen können. Aber wir hätten riskiert, unser ursprüngliches Versprechen – ein leistungsstarkes Produkt anzubieten, das den Herausforderungen unserer Kunden gerecht wird: Geschäfte unter den bestmöglichen Bedingungen zu machen – nicht halten zu können. Unsere Aussteller hätten vielleicht nicht den kurzfristigen Return on Investment erzielt, den sie jetzt dringend benötigen. Dieses Risiko einzugehen, können und wollen wir gegenüber unseren Ausstellern nicht verantworten. Wir wollen gegenüber unseren Kunden ehrlich, glaubwürdig und vertrauenswürdig bleiben.“

Im Ausland ist das Messegeschäft schon seit längerem – mit Schutz- und Hygienekonzept – wieder angelaufen, so auch in Frankreich und Spanien. „Die Premium Sourcing, die wir gerade erst im September 2021 in Paris organisiert haben, erreichte die gleichen Aussteller- und Besucherzahlen wie vor der Covid-Pause“, bestätigt Anne Sizaret, Projektleiterin der Messen Premium Sourcing und CTCO Lyon.

Der Messe-Neustart in Deutschland hingegen scheint zögerlich. Viele Rahmenbedingungen sind noch unklar und oftmals auch von Bundesland zu Bundesland unterschiedlich. Darüber hinaus ist das Wiederaufflammen der Pandemie in Deutschland, sowie der Beschluss neuer Einschränkungen am Donnerstag, den 18. November in Deutschland nicht vielversprechend, was die Durchführung einer neuen Veranstaltung in Deutschland gleich zu Beginn des Jahres betrifft.

„Bereits der Werbeartikelsektor hat schwere wirtschaftliche Einbußen durch die Pandemie in Kauf nehmen müssen. Marketing- und vor allem Messeinvestitionen werden momentan genau überlegt und abgewogen. Und für viele ist die Planungssicherheit von physischen Veranstaltungen vor dem aktuellen Kontext immer noch nicht eindeutig gegeben. Deshalb nehmen besonders große Firmen gleich gar nicht an Messen teil, denn sie brauchen 4 bis 6 Monate Vorlaufzeit für die Standplanung und -organisation. Das verunsichert wiederum viele andere Unternehmen, die dann Entscheidungen – oftmals sogar für traditionell gesetzte Messeteilnahmen – so lange wie möglich hinausschieben.“, so Mirlit.

Das Fehlen einiger großer Namen und das abwartende und beobachtende Verhalten vieler Akteure erschweren die Messe-Planungen auch für den Veranstalter, bestätigt der

Vertriebsleiter der CTCO Deutschland, Thomas Grenot. Und hinzu kommen auch indirekte Probleme der Pandemie: Lieferengpässe oder Preissteigerungen für Rohmaterialien oder Logistikprobleme haben die haptische Werbewirtschaft vor neue Prioritäten gestellt, die sie zuerst lösen müssen, weiß Grenot aus seinen vielen Kundengesprächen.

Die Absage der CTCO Deutschland stieß seitens der angemeldeten Aussteller auf volles Verständnis, da durch die frühe Entscheidung allen Marktteilnehmern Planungssicherheit und Risikominimierung geboten wird.

„Wir halten es nun für unerlässlich zu beobachten, wie sich die Situation Anfang des Jahres 2022 in Deutschland entwickelt. Wir hoffen, dass die beschlossenen Maßnahmen gegen das Wiederaufflammen der Epidemie in Europa wirkungsvoll sein werden. Wir freuen uns darauf, dem deutschen Markt unseren Messeansatz und unser Messekonzept anzubieten, sobald uns das möglich sein wird, immer mit dem Ziel vor Augen, die Wiederbelebung der Werbeartikel- und Werbetextilbranche begleiten zu wollen, und eine Veranstaltung anzubieten, die den Erwartungen der Akteure in Bezug auf Effizienz und Return on Investment besser entspricht“, kommentiert Thomas Grenot.

#### **Über CTCO**

Seit 15 Jahren bringt die CTCO France die gesamte Branche der Werbeartikel- und Bekleidungsindustrie zusammen und hat sich somit zu einer jährlichen Pflichtveranstaltung entwickelt. In den letzten 3 Jahren ist die CTCO-Gemeinschaft um 9,5% gewachsen. Der Zugang zu dieser Veranstaltung ist ausschließlich Fachleuten – Distributoren von Werbeartikeln, ausgewählten Kommunikationsagenturen und Druckfachleuten – vorbehalten. Die nächste Ausgabe wird vom 1. bis 3. Februar 2022 in Lyon stattfinden.

[www.salon-ctco.com](http://www.salon-ctco.com)

#### **Über 656 Editions**

656 EDITIONS ist eine Medien- und Veranstaltungsgruppe, die sich auf den Werbeartikel- und Bekleidungssektor sowie auf die visuelle Kommunikation, die Grafik- und Kreativbranche spezialisiert hat. 656 Éditions animiert eine Gemeinschaft von Fachleuten an 365 Tagen im Jahr über ein Multi-Channel-Netzwerk. 656 Éditions ist Veranstalter der CTCO und der Premium Sourcing in Frankreich, der C!Print in Frankreich und Spanien, Herausgeber der Zeitschrift C!Mag und der digitalen Plattform C!Print Sourcing.

#### **Über Infopro digital**

656 Editions gehört seit 2016 zur INFOPRO Digital Group, einer führenden Gruppe für Informations- und professionelle Dienstleistungen (3.600 Mitarbeiter, 440 Millionen Euro Umsatz), die mehrere Schlüsselsektoren der Wirtschaft abdeckt: Bau, Automobil, Industrie, Versicherungen und Finanzen, Einzelhandel, Tourismus und Kommunen. Die Gruppe hat ihre deutschen Büros in Frankfurt und Münster.

///

**PRESSEKONTAKT**

Aurélie Lamandé

[aurelie.lamande@656editions.com](mailto:aurelie.lamande@656editions.com)

+33 (0)7 82 14 61 99