

ambiente

Auf den Punkt! Fokusthema HoReCa servierte auf der Ambiente wegweisende Konzepte und frische Impulse

Frankfurt am Main, März 2023. Vom 3./4. bis 7. Februar lockte die Ambiente, die zeitgleich mit den Konsumgütermessen Christmasworld und Creativeworld stattfand, 154.000 Fachbesucher*innen aus aller Welt auf das Messegelände nach Frankfurt. Dort bewies die global führende Konsumgütermesse mit ihrer einzigartigen Branchen- und Produktvielfalt für Tisch, Küche und Haushalt erneut, dass sie im Bereich Dining weltweit die unerreichte Nr. 1 ist. Das Wachstumsfeld HoReCa bot dabei den zentralen Marktplatz für das internationale Objektgeschäft und präsentierte in der HoReCa Academy die Hospitality-Trends von morgen.

Es ist der globale Hotspot für angesagte Trends und Produktneuheiten, für exklusive Designs und innovative Gastronomie- und Hospitality-Konzepte: Der HoReCa-Bereich auf der Ambiente. Das Special Interest-Segment, das an den weltweit führenden Dining-Bereich der Konsumgüterleitmesse angesiedelt ist, stand auf der Ambiente als enormes Wachstumsfeld weiterhin stark im Fokus. Ob namhafte Unternehmen, kleine Manufakturen oder Ausstatter*innen – sie alle trafen am globalen Branchentreffpunkt in Frankfurt aufeinander. Dort präsentierten sie sich spezialisierten Facheinkäufer*innen aus aller Welt und luden unter großer Euphorie und in exklusiver Atmosphäre zum Ordern und Netzwerken ein. Als zentraler Marktplatz für das internationale Objektgeschäft fand das Fokusthema HoReCa seine neue Heimat in der ausgebuchten Halle 11. „Die neue HoReCa-Halle ist Schauplatz für Innovationen und der Place-to-be der Branche. Wir haben das Segment vergrößert und thematisch erweitert und für beste Orientierung und optimale Strukturen gesorgt: Die Halle 11 ist zentral eingebettet in das Umfeld der Produktgruppen Table, Modern Kitchen & Baking und Cook & Cut und bietet viel Raum für den gezielten Austausch zwischen Ausstellern und Besucher*innen“, erklärte Thomas Kastl, Leiter Ambiente Dining. „Das Konzept ging auf – wir erlebten eine überwältigende Beteiligung und einen geballten Andrang aus dem interkontinentalen Ausland. Die positive Stimmung und das Vertrauen der Branche übertrafen alle Erwartungen.“

Branchen-Hotspot Frankfurt

Den erfolgreichen Messerverlauf und den gelungenen Auftakt in die Ordersaison betonte Paul Schultes, Vertriebsleiter und Prokurist von Picard & Wielpütz: „Die letzten Messetage waren für uns sehr positiv und mit dem Besucherstrom waren wir sehr zufrieden. Wir sind überhaupt sehr froh, dass die Ambiente nach den drei Jahren Pause wieder stattfinden und wir endlich wieder hier sein konnten. Sowohl national als auch international haben uns viele Kunden erreicht. Wir waren jetzt erstmalig in der HoReCa-Halle 11. Wir fühlten uns sehr gut aufgehoben und denken, dass das Hallenumfeld sehr passend ist.“ Dies bestätigten die hohen Zufriedenheitswerte der Aussteller, die mit 93 Prozent ihre Teilnahme als gelungen bewerteten. Bertrand Lecante, Marketingleiter von RAK Porzellan, hob vor allem die Rolle Frankfurts als Branchenmittelpunkt und globalen

Marktplatz für das HoReCa-Segment hervor: „Wir haben die große Ambiente in den letzten drei Jahren wirklich vermisst. Sie war immer der Treffpunkt des Jahres auf weltweiter Ebene. Es war die Gelegenheit, wieder persönliche Kontakte zu knüpfen, die Neuheiten zu präsentieren und die neue Markenstrategie zu erläutern. Fast alle unsere bestehenden Vertriebspartner sind gekommen: Ich sah Kunden aus Asien, aus Afrika, aus Nordamerika und natürlich aus Europa. Was HoReCa betrifft, ist die Lage von Frankfurt in der Mitte Deutschlands für die Kunden sehr wichtig.“



Wissensaustausch in der HoReCa Academy: Namhafte Expert*innen aus der Branche teilen ihr wertvolles Fachwissen und regten zum Diskutieren an. Foto: Messe Frankfurt/Petra Wenzel.

Die HoReCa-Academy als Messe-Highlight

Eingebettet zwischen den hochwertigen Ständen der Aussteller der Halle 11.0 war die HoReCa-Academy der Magnet für Fachbesucher*innen und der Wegweiser für die Hospitality-Trends von morgen. In exklusiver, einladender Atmosphäre empfing das Vortragsareal interessierte Fachbesucher*innen und ermöglichte den Blick über den Tellerrand: Namhafte Unternehmer*innen, internationale Topreferent*innen und renommierte Expert*innen aus der Branche luden täglich zu spannenden Vorträgen ein. Sie referierten über aktuelle Entwicklungen und Herausforderungen des Marktes, präsentierten innovative Gastronomiekonzepte und gaben Ausblicke auf das dynamische Wachstumsfeld HoReCa. Zu den Topgästen zählten unter anderem die Trendforscherin Hanni Rützler, der Inhaber der Zukunftsagentur „Haute Innovation“, Pierre Nierhaus, Trendexperte, und Sascha Peters, Kurator der Sonderpräsentation „Circular Materials for Future Dining“.

Zukunftsfeld HoReCa: Exklusivität trifft auf Produktvielfalt

Der stetig wachsende HoReCa-Bereich glänzte mit seiner einzigartigen Branchen- und Produktvielfalt. Diese schloss neben Küchenhelfern, Geschirr und Produkten zur Kochzubereitung auch die Bereiche Chafing, also Speisewärmer, und Transport, Tabletop, Café und Bar, Menükarten und Tafeln sowie die Gastraum- und Küchenausstattung mit ein. Der Mix an Themen und Sortimenten bot starke Synergieeffekte, von dem die spezialisierten Fachbesucher*innen profitierten. Die Nachfrage reichte von „Front of House“-Angeboten, wie modern designtes Besteck und Geschirr sowie kreative Präsentationsformen für das Buffet, über „Back of House“-Produkte wie Töpfe, Pfannen und Elektrogeräte für die Großküche, bis hin zu „Out of House“-Artikel, wie ästhetische und nachhaltige Verpackungen. Die große Angebotsvielfalt spiegelte sich in dem breit gefächerten Fachpublikum wieder und lockte gewerblich orientierte Facheinkäufer*innen aus den Bereichen Contract Business, Hotel und Restaurant, Gastronomie und Food & Beverage, Ausstattung, Architektur und Design

sowie aus der Produktentwicklung an. Das florierende Fokusthema HoReCa hob damit auch Synergieeffekte für Einkäufer*innen aus den Bereichen Contract Business und New Work.

Die Ambiente findet auch zukünftig zeitgleich mit der Christmasworld und Creativeworld auf dem Frankfurter Messegelände statt:

Christmasworld/Ambiente: 26. bis 30. Januar 2024
Creativeworld: 27. bis 30. Januar 2024

Hinweis für Journalist*innen:

Inspirationen, Trends, Styles und Persönlichkeiten entdecken Sie im [Ambiente Blog](#).

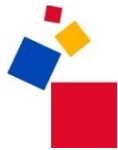
Presseinformationen & Bildmaterial:

www.ambiente.messefrankfurt.com/presse

Ins Netz gegangen:

www.facebook.com/ambientefair | www.twitter.com/ambiente
www.instagram.com/ambientefair | www.ambiente-blog.com
www.linkedin.com/company/ambientefair

Hashtags: #ambiente23 #ambientefair #welcomehome



Ihr Kontakt:

Magdalena Gredel
Tel.: +49 69 7575-6221
magdalena.gredel@messefrankfurt.com

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

www.messefrankfurt.com

Internationale Leitmesse Ambiente

Neue Blickwinkel eröffnen unentdeckte Chancen: Als die international führende Konsumgütermesse bildet die Ambiente den Wandel im Markt zukunftsorientiert ab. Sie zeigt fünf Tage lang einen einzigartigen Mix an Ideen und Produkten – und ist die Plattform für die weltweiten Trends. Für Tisch, Küche und Haushalt ist die Messe im Bereich Dining die unerreichte Nr. 1. Bei Living sind rund um Wohnen, Einrichten und Dekorieren alle Stilrichtungen und Marktsegmente erlebbar. Giving stellt Geschenke und persönliche Accessoires in allen Facetten vor und bietet zukünftig hochwertige Papeterie sowie Artikel rund um den Schulbedarf an. Der neue Bereich Working konkretisiert die Arbeitswelten von morgen. Mit den Zukunftsfeldern HoReCa und Contract Business verfügt die Ambiente zudem über eine ausgeprägte Ausrichtung auf das internationale Objektgeschäft. Die großen Themen Nachhaltigkeit, New Work, Design, Lifestyle, Digital Expansion of Trade und Future Retail begleiten die Veranstaltung genauso wie eine Vielzahl an Branchenevents, Nachwuchsprogrammen, Trendinszenierungen und Preisverleihungen. Aufgrund ihres

in Breite und Tiefe konkurrenzlosen Produktangebots ist sie weltweit einzigartig und bietet für das Knüpfen von Kontakten und die Suche nach neuen Geschäftspartnern die besten Verbindungen.

Welcome Home

Unter dem Motto „Home of Consumer Goods“ finden vom 3./4. bis 7. Februar 2023 erstmalig die Ambiente, die Christmasworld und die Creativeworld zeitgleich auf einem der modernsten Messegelände der Welt statt. Die damit neu kreierte Kombination aus drei erfolgreichen Leitmessen an einem Ort zu einem Zeitpunkt verbindet so deren Stärken und bietet damit ein bisher unerreichtes, simultan verfügbares, zukunftsorientiertes Produktangebot in Qualität und Quantität. Das weltweite Geschäft mit großen Volumen wird intensiviert. Die Messe Frankfurt bietet auch künftig die größte Plattform für Global Sourcing außerhalb Chinas. Frankfurt ist damit das Zentrum der globalen Ordersaison, stärkt Synergieeffekte und Effizienz für alle Beteiligten und ist so der eine, umfassende Inspirations-, Order- und Netzwerktermin für eine globalisierte Branche. Hier werden die angesagten Trends präsentiert und die globalen Metatrends erfahr- und sichtbar.

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

nmedia.hub - Die Order- und Contentplattform der Home&Living Branche

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

www.nmedia.solutions

Hintergrundinformation nachhaltige Messe Frankfurt

Die Unternehmensgruppe Messe Frankfurt gehört zu den weltweit führenden Messe-, Kongress- und Eventveranstaltern mit eigenem Gelände. Rund 2.200* Mitarbeitende im Stammhaus in Frankfurt am Main und in 28 Tochtergesellschaften organisieren Veranstaltungen weltweit. Der Konzernumsatz betrug im Geschäftsjahr 2022 rund 450* Millionen Euro. Die Geschäftsinteressen unserer Kund*innen unterstützen wir effizient im Rahmen unserer Geschäftsfelder „Fairs & Events“, „Locations“ und „Services“. Eine entscheidende Stärke der Messe Frankfurt ist ihr leistungsstarkes globales Vertriebsnetz, das engmaschig rund 180 Länder in allen 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. Mittels digitaler Expertise entwickeln wir neue Geschäftsmodelle. Die Servicepalette reicht von der Geländevermietung über Messebau und Marketingdienstleistungen bis hin zu Personaldienstleistungen und Gastronomie. Nachhaltigkeit ist eine zentrale Säule unserer Unternehmensstrategie. Dabei bewegen wir uns in einer Balance zwischen ökologischem und ökonomischem Handeln, sozialer Verantwortung und Vielfalt.

Weitere Informationen: www.messefrankfurt.com/sustainability

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

* vorläufige Kennzahlen 2022