

ambiente

Online-Event „HoReCa“: Foodtrends, emotionale Kundenbindung und Nachhaltigkeit sind Zukunftsthemen

Frankfurt am Main, Oktober 2022. Aktuelle Foodtrends, eine emotionale Kundenansprache und unterschiedliche Aspekte von Nachhaltigkeit standen beim Online-Event „HoReCa“ am 12. Oktober im Fokus. Bevor die Ambiente vom 3. bis 7. Februar 2023 die nationale und internationale Konsumgüterbranche in Frankfurt am Main begrüßt, sorgte das Online-Event „HoReCa“ für einen Wissensvorsprung im Bereich Hospitality und Front-of-House-Geschäft. Über 300 Interessierte aus 53 Ländern informierten sich beim Online-Event über die neuesten Entwicklungen im HoReCa-Bereich.



Thomas Kastl, Leiter Ambiente Dining, Messe Frankfurt Exhibition GmbH und Moderatorin Heleri Rande, Strategin und Partnerin bei Think Hospitality, beim Online-Event „HoReCa“ im Studio. Foto: Messe Frankfurt

Welche neuen Trends gibt es bei Fleischersatzprodukten? Wie werden unvergessliche Erlebnisse in der Gastronomie kreiert und welche Rolle spielt hierbei Emotion? Wie hat die Corona-Pandemie die Branche verändert? Diese und weitere aktuelle Fragen wurden beim Online-Event „HoReCa“ beantwortet. Mit der Expertise der vier internationalen Speaker, lieferte der Online-Event ein exklusives Zusatzangebot und Mehrwert für die globale Hospitality-Branche.

Im ersten Vortrag sprach **Hanni Rützler** über „Future Food – Wie sich die Welt in Zukunft ernährt“. Die Food-Trendexpertin aus Österreich warf einen Blick auf alternative Lebensmittel wie In-Vitro-Fleisch, Insekten und Algen. Ihre Kernaussage war, dass bereits jetzt die Entwicklung hin zu Fleischersatzprodukten in voller Fahrt ist und sich weiter entwickeln wird. „Gleichzeitig nimmt die Bedeutung von regionalen Produkten und vegetarischen oder veganen Lebensmittel weiter zu. Es besteht ein echter Foodwandel.“

Dabei muss jede regionale Küche ihren Weg finden, diesen Trend zu begleiten und dabei authentisch bleiben“, so Rützler, die dies als echte Herausforderung sieht. Sie gibt den Tipp, dass jeder Restaurantbesitzer oder Hotelier seinen eigenen Schwerpunkt finden muss, um sich von der Masse abzusetzen, ob mit rein vegetarischer Küche, mit Neuinterpretationen von traditioneller Küche oder einem Fokus auf regionale Produkte.

Die US-amerikanische Expertin für Gastfreundschaft, **Anna Dolce**, sprach in ihrem Vortrag „Wie man Gäste erfolgreich zu Stammgästen macht“ über Emotion und Kundenbindung. Neue Kunden zu gewinnen, sei die schwerste, teuerste und aufwändigste Aufgabe. Weshalb also nicht die Stammkunden jedes Mal aufs Neue begeistern und zu Werbebotschaftern des eigenen Restaurants oder Hotels machen, so ihre These. „50 Prozent der Kunden sind Stammkunden, wenn diese durch Mund-zu-Mund-Propaganda Werbung machen, gewinnt man mehr, als wenn man sich an neue und unbekannte Kundengruppen wendet“, sagt Dolce. „Die Gastlichkeit und Emotion sollte immer im Fokus stehen, denn daran erinnert sich der Kunde. Die Verbindung von Service und Qualität ist erst dann perfekt, wenn Emotion und Wohlfühlen einen mindestens ebenso großen Raum einnehmen.“

Zum Abschluss des Online-Events folgte noch ein besonderes Highlight: Der „Hospitality Trends Talk“ mit **Jesper Efferbach**, Designer, Influencer und Berater für die internationale GeschirrhHerstellerbranche, Jeff&Co Group aus Dänemark und **Dave Turner**, US-amerikanischer Journalist des TabletopJournal. Zu Beginn der Gesprächsrunde thematisierten die beiden Redner die Veränderungen, die die Corona-Pandemie für die HoReCa-Branche bedeuteten und wie damit umgegangen werden sollte. „Kreativität war und ist weiterhin gefragt. Während der Pandemie ging es um die Kundenbindung und Anpassung an deren Wünsche, Stichwort Take Away. Jetzt geht es darum, das Erlebnis beim Restaurantbesuch hervorzuheben und die Gastlichkeit in den Fokus zu stellen“, so Turner. Efferbach betonte gleichzeitig die Wichtigkeit von Regionalität und Nachhaltigkeit: „Die Herkunft und der Anbau von Lebensmitteln ist heute ebenso wichtig, wie der Umgang mit den Mitarbeitern. Eine gute Atmosphäre im Restaurant sollte ebenso präsent sein, wie der Nachweis der Zutatenherkunft. Auch vegetarische und vegane Produkte und Gerichte erleben einen Aufwärtstrend und gehören gleichfalls zur Kategorie Nachhaltigkeit.“

Der Fachvortrag von Anna Dolce und die Gesprächsrunde mit Jesper Efferbach und Dave Turner wurden in deutscher und in englischer Sprache aufgezeichnet.

Sie sind unter: ambiente.messefrankfurt.com/horeca-online jederzeit kostenfrei abrufbar.

Der Vortrag von Hanni Rützler wurde aus urheberrechtlichen Gründen nicht aufgezeichnet, ihre Präsentationsfolien stehen allerdings unter oben genanntem Link zum Download bereit. Der Vortrag „Emotion & Leidenschaft 360 Grad“ von Hubert Sterzinger musste leider wegen kurzfristiger Erkrankung entfallen.

Die nächste Ambiente findet vom 3. bis 7. Februar 2023 statt.

Hinweis für Journalist*innen:

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

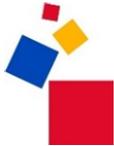
Presseinformationen & Bildmaterial:

www.ambiente.messefrankfurt.com/journalisten

Ins Netz gegangen:

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

Hashtag: #ambiente23

**Ihr Kontakt:**

Ina Gerbig
Tel.: +49 69 75 75-6082
ina.gerbig@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 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

* vorläufige Kennzahlen 2021