

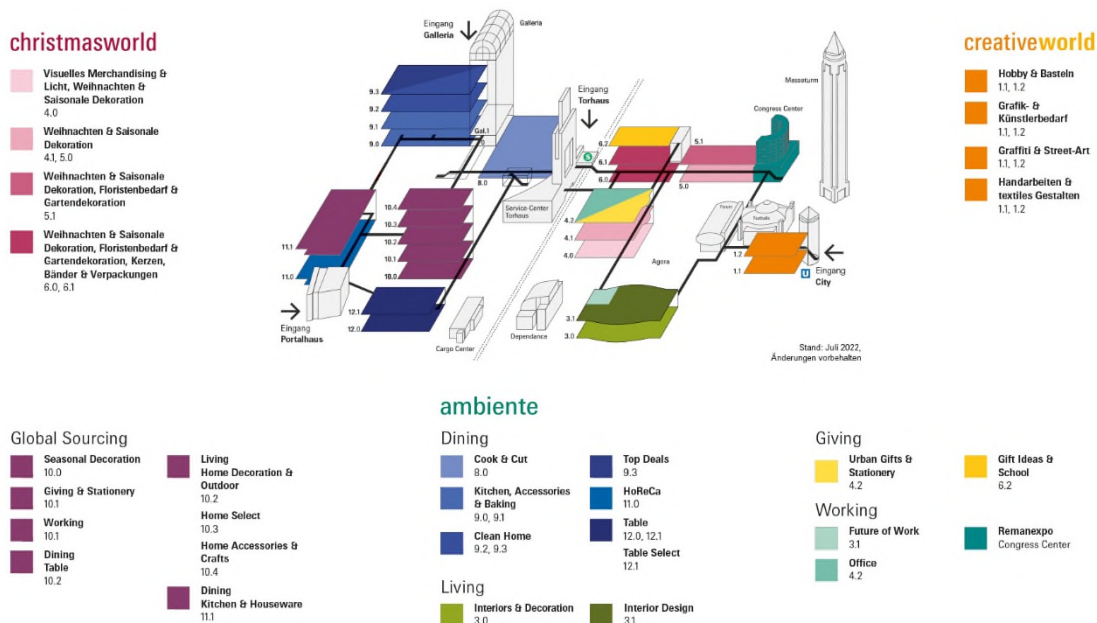
news +++ Ambiente  
3. bis 7. Februar 2023

# ambiente

## Ambiente 2023: Enorme Nachfrage und großes Vertrauen aus der Branche

**Frankfurt am Main, Mai 2022. Aussteller\*innen und Fachbesucher\*innen können sich auf eine erstklassige Weltleitmesse für Konsumgüter vom 3. bis 7. Februar 2023 freuen. Die Branche ist sich einig: Die Ambiente ist die internationale Plattform, auf der man Kund\*innen aus der ganzen Welt trifft. Aufgrund der hohen Nachfrage wurde die Hallenbelegung der Ambiente geschärft. Damit bietet sie Besucher\*innen noch effizientere Wege fürs Ordern, zur Inspiration und zum Networking. Mit den gleichzeitig stattfindenden, international führenden Fachmessen Christmasworld und Creativeworld ist die Teilnahme für Aussteller\*innen und Besucher\*innen durch zusätzliche Geschäftspotenziale noch wertvoller.**

„Die Reaktionen aus dem Markt sind sehr beeindruckend. Wir haben von unseren Kund\*innen großes Vertrauen und Akzeptanz sowie den unbedingten Wunsch nach Platzierung auf der kommenden Ambiente bekommen. Aus diesem Grund werden wir die Hallenbelegung in Wachstumsbereichen gezielt stärken, Synergien konsequent heben und denken kurze Wege gleich mit. Damit schaffen wir eine noch vorteilhaftere Verzahnung mit den parallel stattfindenden Leitmessen Christmasworld und Creativeworld und ihren Sortimenten“, so Yvonne Engelmann, Leiterin Ambiente Living, Giving, Working.



Unter dem Motto „Home of Consumer Goods“ finden 2023 erstmalig zeitgleich Ambiente, Christmasworld und Creativeworld statt. Grafik: Messe Frankfurt

## **Synergien für die Arbeits- und Einrichtungswelten von morgen**

Einkäufer\*innen finden im Ostgelände alles rund um die Themen Ambiente Living, Giving und Working. Bei Interior Design in der Halle 3.1 werden alle Stilrichtungen rund um die Themen Wohnen, Einrichten und Dekorieren erlebbar. Neben Aussteller\*innen wie Blomus, Bloomingville oder Guaxs präsentieren zur kommenden Veranstaltung auch internationale Aussteller\*innen der Tischkultur wie Alessi, Georg Jensen oder Stelton ihre Produkte in der Halle 3.1. Hier finden designorientierte Einkäufer\*innen, Concept Stores und Designstudios Inspiration für ihre Sortimente. „Die Ambiente ist eine internationale Plattform, auf der wir Kund\*innen aus der ganzen Welt treffen. Wir zeigen unsere neuen Entwürfe den bisherigen und neuen Kund\*innen. Es ist großartig, dass die drei Messen zeitgleich stattfinden werden. Das macht die Teilnahme für Aussteller\*innen oder Besucher\*innen noch wichtiger. Die persönliche Begegnung und das Verständnis für Marken ist in der Welt, in der wir heute leben, für den Verkauf, die Erfolge und das Unternehmen von großer Bedeutung“, betont Paul C. Knudsen, Sales Director bei Broste Copenhagen. Ähnlich sieht das auch Nuno Gameiro, Vertriebsleiter bei Asa Selection: „Bereits heute haben Kund\*innen aus dem In- und Ausland den Besuch der Ambiente für 2023 fest eingeplant. Die Ambiente ist als Leitmesse DIE internationale Destination unserer Branche. Für den Erfolg unserer Marke und Kollektionen ist es maßgeblich, Menschen zu begeistern und Leidenschaft sowie Emotionen zu wecken. Das geht am Besten im persönlichen Gespräch. Ideen können spontan, bei einem unvorhergesehenen Gespräch auf der Messe entstehen, das passiert von Mensch zu Mensch. Digitale Angebote ‚menscheln‘ nicht, die persönliche Begegnung ist alternativlos. Dass Ambiente, Christmasworld und Creativeworld in 2023 parallel stattfinden, ist eine logische Konsequenz der sich zunehmend überschneidenden Sortimente von Einzelhandelskonzepten.“

Für professionelle Einkäufer aus dem Contract Business-Bereich ist die Ambiente ein immer wichtig werdender Treffpunkt. Denn sie bietet die einmalige Gelegenheit für Einrichter\*innen von Hotels, Restaurants, Clubs und Coworking-Spaces, die passenden Einrichtungskonzepte und hochwertiges Design zu erleben und zu ordern. Zum attraktiven Spektrum an Marken zählen zum Beispiel Richmond Interiors oder Lambert.

2023 wird zudem der Angebotsbereich Contract Business um das Themenfeld Future of Work in der Halle 3.1 erweitert. Hier treffen Büroausstatter\*innen, Innenarchitekt\*innen, Projektentwickler\*innen, Facilitymanager\*innen oder Groß- und Einzelhändler\*innen auf Anbieter\*innen für Büroeinrichtung, Sonderpräsentationen und spannende Vortragsreihen, mit denen die Zukunft der Büroarbeit gestaltet, erklärt und erlebbar gemacht wird.

Alles zu den Themen Wohneinrichtung, Kleinmöbel, Leuchten oder Wohnaccessoires finden Besucher\*innen bei Interiors & Decoration in der Halle 3.0. bei Aussteller\*innen wie Clayre & Eef, Greengate, Gries Deco mit der Marke Ipuro, Kaheku schönes Wohnen, Kare Design, IB Laursen oder Lightmakers mit der Marke Light & Living. „Die Ambiente ist als Kernveranstaltung der Konsumgüterbranche und als internationale Leitmesse die wichtigste Realplattform der Industrie für ihre Präsentation von Waren, Konzepten, Trends und Ideen. Der persönliche Austausch in Verbindung mit dem realen Gefühl des Anfassens der Produkte sowie die Erlebniskommunikation mit den Ausstellern fördert die Ideen, die der Handel im Anschluss konkret am Point of Sale umsetzen kann. Der Handel ordert den Wareneinsatz für seinen Umsatz. Je besser die Gegebenheiten und das Informationsgeschehen dafür sind, umso höher ist die Sicherheit für den Erhalt des

einzelnen Unternehmens“, betont Hamid Yazdtchi, Geschäftsführer und Managing Director der Gilde Gruppe.

### **Neue Sortimente für den Handel**

Noch mehr Synergieeffekte, von denen Aussteller\*innen und Besucher\*innen profitieren, gibt es in der Halle 4.2. Hier finden Besucher\*innen trendorientierte Geschenkartikel, Schnelldreher, dekorative Accessoires, Schreibgeräte, Grußkarten und persönliche Accessoires im Bereich Urban Gifts & Stationery. Aussteller\*innen wie Abc Karten, Avancarte, Kikkerland, Troika, Werkhaus oder Zip & Friends mit der Marke Bull & Hunt natural leather präsentieren dort ihre Highlights. Optimal für Aussteller\*innen und Einkäufer\*innen ist die Nähe zu den ergänzenden Produktwelten der Christmasworld mit saisonalen und floralen Dekorationen sowie Verpackungen. In unmittelbarer Anbindung zur Halle 4.2 und auf einer Ebene zeigt der Produktbereich Gift Ideas & School in der Halle 6.2 mit Aussteller\*innen wie Accentra, Adel, Busquets, Cepewa, Gabol, Patio oder Sheepworld dekorative und klassische Geschenke, Souvenirs, traditionelles Handwerk, Accessoires, Taschen und Schulbedarf.

„Betrachtet man die internationale Konsumgütermesse Ambiente in Frankfurt sportlich, ist sie einfach gesagt die Weltmeisterschaft des Handels. Durch die parallel stattfindenden Leitmesse Ambiente, Christmasworld und Creativeworld treffen viele Nationen in den verschiedensten Geschäftsbereichen physisch aufeinander – seien es Kunden oder auch Lieferanten. Diese Dynamik ist einzigartig, äußert motivierend, immens inspirierend und steht in keinem Vergleich zu hybriden/digitalen Angeboten“, sagt Margit Wurzer-Stummer, CEO Top Team München. Das sieht auch Dr. Rüdiger Kress, Inhaber Artebene Group, so: „Wir freuen uns, unsere Handelspartner\*innen endlich wieder persönlich begrüßen zu können – aus aller Welt und in der Mitte Deutschlands. Als langjähriger Aussteller haben wir kurz die Aufgabe der Paperworld bedauert, aber das Motto ‚Home of Consumer Goods‘ beschreibt perfekt, was Handel heute bieten muss. Dabei sind für uns die Themen Design, Lifestyle und Nachhaltigkeit gleichermaßen wichtig und die Angebote Future Retail und Digital Expansion of Trade müssen uns alle interessieren.“

Internationalen Anbieter\*innen rund um Papier, Bürobedarf und Schreibwaren wird in der Ambiente ein neues Zuhause in der Halle 4.2 bereitet. Für den Produktbereich Office mit Produkten rund um Bürobedarf, -ausstattung und -technik haben sich Aussteller\*innen wie Durable, Herma, HSM, Novus Dahle oder Sigel bereits angemeldet. Für Rolf Schifferens, Geschäftsführer von Durable Hunke & Jochheim, kann die persönliche Begegnung digital nicht ersetzt werden: „Wie viele andere Unternehmen haben auch wir digitale Möglichkeiten und Konzepte entwickelt, die wir auch weiter zur Kommunikation mit unseren Kunden nutzen werden. Dennoch hat das persönliche Treffen auch in Zukunft eine wichtige Bedeutung für die umfassende Präsentation des Unternehmens sowie den intensiven Austausch mit Lieferanten, Kunden und Partnern der Branche. Aus meiner Sicht kann diese wichtige Funktion durch digitale Medien ergänzt, aber nicht ersetzt werden.“

Der Produktbereich Remanexpo mit wiederaufbereiteten Druckerverbrauchsmaterialien und -komponenten, Drucker Hard- und Software sowie Umwelt- und Entsorgungsprodukten ist 2023 im Congress Center zu finden, mit dabei sind unter anderen Aussteller\*innen wie 3T Supplies, Cross Imaging oder Denner.

Mit der neu aufgesetzten und erweiterten Struktur der Ambiente gehen die Lebenswelten nahtlos ineinander über, sodass Händler\*innen von einem unvergleichlichen Crossover an Produktgruppen, Themen, Segmenten und Synergien profitieren. So erhält der Handel

einerseits neue Impulse durch neue Produktbereiche und insbesondere der Fachhandel für Papier, Bürobedarf und Schreibwaren findet künftig auf der Ambiente alle relevanten Anbieter\*innen für sein Sortiment – egal ob klassischer Bürobedarf und -technik oder Schreibwaren und trendorientierte Geschenkartikel. Doch nicht nur das: Durch die enge Verzahnung aller Ambiente-Bereiche mit den parallel stattfindenden Christmasworld und Creativeworld gewinnen Aussteller\*innen und Besucher\*innen Zugang zu den vielfältigen Besucherströmen der Weltleit- und Fachmessen.



Ambiente: Networking, Innovationen und Entwicklungen des Marktes. Foto: Messe Frankfurt/Petra Welzel

### **Ambiente Dining mit großem Rücklauf und einer optimierten Halle 9**

Mit der neuen Hallenbelegung im Westgelände bietet die Ambiente ihren Besucher\*innen noch effizientere Wege fürs Ordern. Das Trendthema Backen findet bei Kitchen, Accessories & Baking in den Hallen 9.0 und 9.1 seinen eigenen Platz. Aussteller\*innen wie AdHoc, Birkmann, DKB Household, Fackelmann, Guardini, Mepal oder Peugeot präsentieren hier ihre Neuheiten zu Produkten wie Backformen und -zubehör, Trinkflaschen, Barequipment oder Küchentextilien. „Die Ambiente ist weiterhin der weltweit größte und wichtigste Hotspot für die Dining-Branche. Das sehen wir an dem sehr guten Anmeldestand. Der Flächenbedarf im Dining-Bereich ist vor allem bei der Produktgruppe Clean Home so groß, dass wir die Belegung der Halle 9 optimieren werden. Viele führende Unternehmen der Branche sehen ganz klar den Bedarf und den Nutzen der Ambiente. Denn Lösungen entwickeln sich in der Begegnung. Kooperationen bahnen sich einfach im direkten Gespräch besser an. Der persönliche Austausch ist nach wie vor entscheidend, um mit Zielgruppen in Kontakt zu treten“, so Thomas Kastl, Leiter Ambiente Dining.

Im Produktbereich Clean Home präsentieren Aussteller\*innen wie Albero Forte, Bama, Brabantia, Curver, Giostyle, Stephanplast oder Tontarelli in den Hallen 9.2 und 9.3 Reinigungsgeräte, Haushaltsmöbel, Aufbewahrungsboxen oder Ordnungssysteme. „Die Ambiente 2023 ist der Ort, an dem neue Geschäftsgeschichten geboren werden, an dem Partnerschaften gestärkt werden und an dem wir einen Einblick in das geben können, was wir jeden Tag für unsere Kunden aus der ganzen Welt tun. Sie ist ein hervorragender Rahmen, um sich zu präsentieren und gesehen zu werden. Auf der Ambiente genießen wir es, Inspirationen zu schaffen, die den Unterschied beim Aufbau langfristiger, vorteilhafter Beziehungen ausmachen“, so Alexander Rosenlew, CEO der Orthex Group.

Ein breites Angebot an Aktionswaren bietet die Plattform Top Deals mit Aussteller\*innen wie Arte Regal, EDCO Genius, Ger-Import oder Koopman, die ebenfalls Teil der Halle 9.3

ist. Unverändert und mit direkter Anbindung sowie kurzen Wegen finden Einkäufer\*innen alles rund um Glas, Porzellan, Keramik, Gold, Silber, Tischdekoration oder -textilien in der Halle 12 bei Table und Table Select. Cristal de Paris, Dibbern, Güral, Portmerion, Robbe&Berking, Rosenthal, Wächtersbach oder Val do Sol Ceramicas zeigen ihre neuesten Kollektionen. In der Halle 11.0 präsentiert sich das HoReCa-Segment mit Aussteller\*innen wie BHS Tabletop, KAR Porselen, RAK oder Steelite inklusive der HoReCa Academy. „Die Ambiente ist der wichtigste Treffpunkt für unsere Branche und wir alle sind auf der Suche nach Plattformen, die die Fachleute der Branche zusammenbringen können. Der Zweck von Messen hat sich im Laufe der Jahre geändert und die Ambiente ist die beste Plattform für Marketing in der Table-Top-Branche. Wir sind überzeugt, dass wir das Produkt immer noch anfassen müssen, um es voll und ganz zu verstehen. Außerdem haben wir aufgrund von Reisebeschränkungen der letzten beiden Jahre eine große Lücke zu füllen und müssen die persönlichen Beziehungen bei jeder Gelegenheit aufpeppen. Ich kann mir keine bessere Plattform als die Ambiente dafür vorstellen“, betont Erbil Askan, General Manager von Bonna Porselen und freut sich, wenn es endlich wieder losgeht.

Produkte wie BBQ-Zubehör, Bestecke, Elektrokleingeräte, Messer, Pfannen oder Töpfe gibt es bei Cook & Cut in der Halle 8.0. Berkel, Bugatti, De Buyer, La Marzocco, Smeg, The Cookware Company, Tramontina oder Victorinox zeigen, was in der Branche angesagt ist. Das physische Erlebnis bleibt ein entscheidender Faktor bei der Inspiration und steht für die Veranstaltung 2023 klar im Fokus, genauso wie die digitalen Ergänzungen vor und nach der Messe. Deshalb ist auch für Joselito Gusso, International Business Director von Tramontina, die Ambiente eine sehr wichtige Plattform: „Die Ambiente hat sich zu unserer globalen Verkaufsveranstaltung des Jahres entwickelt. Wir haben Besucher aus über 80 verschiedenen Ländern. In den letzten Jahren waren 40 Prozent von ihnen Neukontakte. Unser internationales Vertriebsteam fliegt von seinen Stützpunkten in aller Welt nach Frankfurt, um die Kunden vor Ort zu empfangen. Dabei bringen digitale Angebote wichtige wirtschaftliche und effiziente Aspekte mit sich. Sie sind das ganze Jahr über das beste Werkzeug, um unsere täglichen Routinen zu entwickeln. Der physische Austausch, zumindest einmal im Jahr, bringt uns allen, den Kund\*innen und der Industrie, die Atmosphäre von Vertrauen und neuen Entdeckungen.“

Auch im Bereich Global Sourcing sind die Flächen stark nachgefragt. Seit Jahren ist der Bereich auf der Ambiente die größte Sourcing-Plattform außerhalb Chinas für das Volumengeschäft. Besucher\*innen finden Global Sourcing Dining in den Hallen 11.1 und 10.2. Global Sourcing Giving und Working präsentieren sich in der Halle 10.1 und Living in den Hallen 10.3 und 10.4.

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

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

**Hinweis für Journalist\*innen:**

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

## **Presseinformationen & Bildmaterial:**

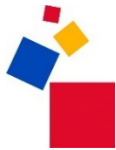
<http://ambiente.messefrankfurt.com/presse>

## **Ins Netz gegangen:**

[www.facebook.com/ambientefair](http://www.facebook.com/ambientefair) | [www.twitter.com/ambiente](http://www.twitter.com/ambiente)

[www.instagram.com/ambientefair](http://www.instagram.com/ambientefair) | [www.ambiente-blog.com](http://www.ambiente-blog.com)

**Hashtags:** #ambiente23 #ambientefair #homeofconsumergoods



## **Ihr Kontakt:**

Erdmann Kilian

Tel.: +49 69 75 75-5871

[erdmann.kilian@messefrankfurt.com](mailto:erdmann.kilian@messefrankfurt.com)

Messe Frankfurt Exhibition GmbH

Ludwig-Erhard-Anlage 1

60327 Frankfurt am Main

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

## **Informationen zur 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, Trendszenierungen 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 Verbindung.

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

## **Home of Consumer Goods – der neue One-Stop-Shop für die globale Ordersaison**

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](http://www.conzoom.solutions)

#### **Nextrade – der digitale Marktplatz**

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.market](http://www.nextrade.market)

#### **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