

ambiente

Voller Vorfreude auf das Ambiente-Comeback: Aussteller mit frischen Ideen und exklusiven Highlights im Gepäck

Frankfurt am Main, August 2022. Die Vorfreude bei den Ausstellern steigt und die Vorbereitung auf den Ordertermin des Jahres laufen auf Hochtouren – alle freuen sich über das große Wiedersehen der Branche auf der Ambiente vom 3. bis 7. Februar 2023. Die Konsumgüterbranche will inspirieren, networken und persönlich vor Ort ordern – immer mit dem Blick nach vorne.

Nach zwei Jahren Zwangspause sehnt sich der Handel mehr denn je nach einem physischen Liveerlebnis. Die weltweit führende Messe für Konsumgüter begrüßt nationale und internationale Topmarken mit einem vielversprechenden Portfolio: von zukunftsweisenden Konzepten, einzigartigen Produkt-Präsentationen bis hin zu globalen Trends und frischen Ideen.

Dining-Aussteller servieren neue Produkte und Live-Aktionen: Inspirierend, anregend und emotional

Im Dining-Bereich läuft bereits seit Wochen die Planung auf Hochtouren: Topaussteller der Dining-Branche stimmen sich auf *den* One-Stop-Shop-Termin für die globale Ordersaison ein. „Wir arbeiten schon heute mit vollem Elan an den Vorbereitungen der Ambiente 2023. Es wird für uns eine ganz besondere Messe, weil wir uns entschlossen haben, zwischen all den Konzepten und Ideen, die wir 2021 und 2022 eigentlich hätten umsetzen wollen, nun nicht auszuwählen, sondern sie alle geballt zu präsentieren. Langweilig wird es nicht“, so Oliver Berking, Geschäftsführer von Robbe & Berking.

Die Branchengrößen präsentieren auf der Dining-Bühne nicht nur wahre Schätze rund um Tisch, Küche und Haushalt, sondern bieten Besucher*innen außerdem erlebbare Highlights: „Für die Ambiente 2023 haben wir neben neuen Produktvorstellungen auch spannende Aktionen im Gepäck: Die Besucher*innen können sich auf eine Live Cooking-Show mit dem TV-Koch Carsten Dorhs freuen – beim Schleifworkshop mit einem japanischen Meister wird echtes Hands-on-learning geboten. Ein weiteres Highlight: Eine geplante Pressekonferenz mit dem TV-Star und Kochgigant Tim Mälzer. Wir freuen uns sehr auf das große Wiedersehen im Februar“, sagt Jörg Janssen, Gesamtvertriebsleiter und General Manager Sales von KAI EUROPE.

Besucher*innen als auch Aussteller profitieren von der optimierten Halle 9 und nehmen dies zum Anlass, ihren Messeauftritt neu auszugestalten – wie Björn Weißmeier, Geschäftsführer der Küchenprofi GmbH, berichtet: „Die Küchenprofi-Group mit ihren vier Marken, Küchenprofi, cilio, Zassenhaus und Spring, ist auch 2023 wieder auf der Ambiente als verlässlicher, starker Partner für den Handel dabei. Neben inspirierenden Neuheiten stellen wir auch anregende, emotionale Konzepte zu zeitgemäßen Themen

vor, um den Handel bestmöglich zu unterstützen. Den Wechsel in die Halle 9.0 haben wir genutzt, um unseren Messestand und die Präsentationen nochmals neu zu gestalten. Wir freuen uns auf die Messe und jeden Besucher.“

Die Ambiente als *die* internationale Plattform der Konsumgüterbranche ermöglicht es Ausstellern das Fachpublikum aus der ganzen Welt zu treffen und zu begeistern. „Für unser Unternehmen und für mich ist es wichtig, dass unsere Kunden sich live von unseren Produkten und deren Haptik überzeugen können. Die Ambiente ist der weltweit einzige Ort, an dem wir so viele kaufinteressierte Menschen aus der ganzen Welt treffen können. Unsere Produktneuheiten und Konzepte für das Jahr 2023 sind auf das Datum der Ambiente getimt – wir freuen uns daher auf die Messe und arbeiten mit Hochdruck an allen Themen“, so Marcus Grünewald, geschäftsführender Gesellschafter von Elo-Stahlwaren.

Living brilliert mit neuen Messekonzepten und einem 30-jährigen Jubiläum

Große Freude findet sich außerdem im Living-Bereich wieder. Auch hier stimmen sich die Aussteller auf die Ambiente ein. Das Designunternehmen Umbra präsentiert sich im Februar mit einem neuen Konzept: „Unsere Vorbereitungen für ein neues Messekonzept mit mehr Nachhaltigkeit laufen bereits auf Hochtouren – sowohl im Stand als auch im Produktbereich. Voller Vorfreude erwarten wir neue Synergien aus der Verschmelzung der drei Messen und erhoffen uns dadurch ein breiteres Publikum“, verrät Michael Daig, Associate Sales Director von Umbra.

Auch für Willo Blome, Geschäftsführer von blomus, ist die Vorfreude auf die Ambiente und ihre Internationalität groß: „Ich freue mich auf die Wiederkehr der internationalen Leitmesse Ambiente und auf ein einzigartiges Ausstellerumfeld, wie es nur in Frankfurt zu finden ist. Es ist schön, nach so langer Zeit, die Chance zu haben, meine Ausstellerkollegen zum Networking wiedertreffen zu können. Außerdem hoffe ich, an die internationalen Fachbesucher-Kontakte anknüpfen zu können – denn keine Messe in der Konsumgüterbranche verfügt über diese Internationalität. Die Messe Frankfurt hat alle Hebel in Bewegung gesetzt, um diesen maximalen Internationalitätsgrad zu bieten. Die Neuausrichtung unter dem Motto ‚Home of Consumer Goods‘, die Zusammenführung der drei Leitmessen an einem Ort zu einem Zeitpunkt und die Neuplanung der Hallen, das alles waren richtige und wichtige Schritte.“

Michael Rossmann, Geschäftsführer von Pad Home Design Concept, freut sich auf die langersehnte Reunion auf der Ambiente: „Nach einer langen Pause kann es das ganze Team PAD schon gar nicht mehr erwarten, bei der Ambiente 2023 wieder dabei zu sein! Auch unsere legendäre Standparty soll am Sonntag, den 05. Februar, ab 18 Uhr, wieder stattfinden! Wir freuen uns bereits jetzt, unseren Kunden, Freunden und Partnern neue Highlights in gewohntem PAD-Style präsentieren zu dürfen!“

Bei PHILIPPI gibt es mit dem Jubiläum allen Anlass mit den Kund*innen zu feiern: „Ich freue mich sehr auf die Ambiente. Nach drei Jahren Pause sind wir ganz gespannt, unsere Kunden und ganz besonders die vielen ausländischen Kunden und Freunde, endlich wiederzusehen. Gerade dieses Jahr, wo wir unser 30-jähriges Jubiläum feiern“, so Jan Philippi, Inhaber von PHILIPPI.

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

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

Presseinformationen & Bildmaterial:

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

Ins Netz gegangen:

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

Hashtags: #ambiente23 #ambientefair #homeofconsumergoods



Ihr Kontakt:

Ellen Redeker
Tel.: +49 69 75 75-5189
Ellen.Redeker@messefrankfurt.com

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

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

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.

Nextrade - die Order- und Datenplattform der Home & Living-Branche

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

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

Hintergrundinformation 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 Jahresumsatz 2021 betrug rund 154 Millionen Euro und war pandemiebedingt zum zweiten Mal in Folge deutlich geringer, nachdem 2019 noch mit einem Konzernumsatz von 736 Millionen Euro abgeschlossen werden konnte. Die Geschäftsinteressen unserer Kund*innen unterstützen wir effizient im Rahmen unserer Geschäftsfelder „Fairs & Events“, „Locations“ und „Services“. Nachhaltiges Handeln ist eine zentrale Säule in unserer Unternehmensstrategie und definiert sich in einer Balance zwischen ökologischem und ökonomischem Handeln, sozialer Verantwortung und Vielfalt. Eine weitere 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.

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