

# Ambiente 2005

## Neue Messehighlights

Freitag, 04.02.2005

Die Ambiente in Frankfurt am Main ist nicht nur die größte internationale Messe für die schönen Dinge des Lebens, sie ist auch für Designer, Hochschulen und Hersteller eine unverzichtbare Kommunikationsplattform zu Beginn des Jahres. Produkt- und Industriedesigner, internationale Marktführer, Manufakturen und Studierende präsentieren sich vom 11. bis 15. Februar 2005 mit Gemeinschaftsständen, Ausstellungen und Projekten. Diese und die zahlreichen von der Messe Frankfurt gebotenen Messehighlights machen die Ambiente mit ihren rund 4.605 Ausstellern zu einem Messe-Event der Sonderklasse. Hier die ausführliche Übersicht der „Hotspots“ 2005: Vortrag: Schutz von Marken und Design in der Europäischen Union (Forum, Raum Agenda) Der Schutz des geistigen Eigentums ist eines der wichtigsten Anliegen von innovativen Unternehmen im globalen Markt. Denn Produktpiraterie kennt zwar keine Grenzen, ist aber ein Problem, das verhindert werden kann: beispielsweise durch den zeitigen Schutz der Marke, der Idee und des Design. Mit dem Blick auf die Chancen im weltweiten Handel, ist es auch für lokal agierende Firmen ratsam, sich über ihren aktuellen Radius hinaus genügend abzusichern. Das Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt (Marken, Muster und Modelle) ist die offizielle Einrichtung der Europäischen Union für das Eintragen von Gemeinschaftsmarken und Gemeinschaftsgeschmacksmustern (Design), die in allen Mitgliedstaaten der Europäischen Union gelten. Nur eine Eintragung deckt die Interessen der Firmen in allen 25 Mitgliedstaaten ab, denn sie erhalten damit einen einheitlichen und in der gesamten Europäischen Union geltenden Schutz ihrer Marke oder Ihres Geschmacksmusters. Mit diesen gewerblichen Schutzrechten sind gegenwärtig bis zu 500 Millionen Einwohner in der EU zu erreichen. Auf der Ambiente bietet das Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt zwei Termine für die Vorträge mit anschließenden Fragerunden zum Thema Markenschutz an. Eine Anmeldung ist nicht erforderlich, die Teilnehmerzahl ist aber begrenzt. Die Referate finden im Raum Agenda im Forum statt am Sonntag, von 14.00 – 15.00 Uhr und am Montag, von 10.00 bis 11.00. Uhr Man & Humanity (Foyer Hallen 5.1/ 6.1) Verantwortung übernehmen und tragen ist das Thema des Masterstudiengangs „Man & Humanity“ der Design Academy Eindhoven (Niederlande). Hier erarbeiten sich die Studenten neue Wege und Chancen, Design mit sozialem Engagement im internationalen Kontext zu verbinden. Teil dieses innovativen Studiengangs ist ein Austauschprojekt, das in Zusammenarbeit mit der in Lima ansässigen Firma Allpa realisiert wird. Dieses niederländisch-peruanische Unternehmen hat sich „fairen Handel“ und sozialer Verantwortung in Lima verpflichtet. Bereits seit 1986 wirkt Allpa durch Produktion und Handel mit original überliefertem Kunsthandwerk und hochertigen Geschenkartikeln Armut und Arbeitslosigkeit entgegen. In dem neuen Projekt „Man & Humanity“ arbeiten die niederländischen Design-Studenten direkt vor Ort mit peruanischen Kunsthandwerkern zusammen. Aus dem fruchtbaren Austausch zwischen jungen Gestaltungsansätzen und reichem Erfahrungsschatz resultiert die spannungsstarke Symbiose aus europäischem Design und latein-amerikanischer Tradition. Die Ausstellung auf der Ambiente zeigt unter anderem Kinderspielkissen, Frühstückstabletts, Platzsets, Keramikarbeiten, innovativen Schmuck und ungewöhnliche Wohnaccessoires. Diese und Produkte ähnlicher Qualität bieten auch die Passage Home und die Passage Gift in den Halle 1.1 und 1.2. ([www.designacademy.nl](http://www.designacademy.nl)) Seaside Spirit(Halle 6.0) „Mehr Meer“ ist das Motto der inspirierenden Sonderschau des Designers Martin Metz: Er schafft in „Seaside Spirit“ ein blau-weißes mediterranes Flair, das Lust auf Sonne, Meer und Strand macht. Seine Inszenierung verbindet dabei zwei Megatrends bei den Konsumenten: Zum einen gewinnen Terrasse, Garten und Balkon immer mehr Bedeutung als Sommerwohnzimmer. Zum anderen steigt das Interesse an den südeuropäischen Einrichtungsstilen

ungebremst. Ob Stadtwohnung mit Balkon oder Sommerresidenz mit Garten – drinnen wie draußen kommen die selben mediterran angehauchten Möbel und Wohnaccessoires zum Einsatz. „Seaside Spirit“ liefert dem Handel zu diesen umsatzträchtigen Trends erfrischende Dekorations- und Präsentationsideen, die zum Großteil mit Produkten der Aussteller der Ambiente umgesetzt sind. Einem Kurzurlaub gleich, lassen die edlen maritimen Wohnwelten von „Seaside Spirit“ die Grenzen zwischen Sommer und Winter, Ferienort und heimatlicher Wohnung verschwimmen – und verschwinden.

**Talents(Halle 6.1) Quo vadis Design?** Eine Antwort geben die Talents auf der Ambiente. Die Talents, das sind junge internationale Designer, teils bekannte teils vollkommene Newcomer, die sich in Frankfurt am Main einem weltweiten Fachpublikum vorstellen. Die innovativen Hoffnungsträger suchen hier Kontakte zu Produzenten oder Vertriebswege für ihre Produktideen. Dafür präsentieren sie sich auf der Ambiente mit ihren Entwürfen und Prototypen. Die Newcomer profilieren sich rundweg mit außergewöhnlichem Ideenreichtum, Raffinesse und erfrischend-frecher Schamlosigkeit aber auch mit Gegenwartskritik. Die Stippvisite bei den Talents ist für die Messebesucher in jedem Fall mehr als lohnenswert. Ihre Produkte entstehen direkt aus der Denke und dem Lebensgefühl der nächsten Generation. Aufmerksame Beobachter entdecken unter den Talents die Trendsetter von morgen und erhalten einen einmalig authentischen Einblick in die Vision einer zukünftigen Produktwelt.

**Design Plus(Galleria 1 Südwest) Um Nachhaltigkeit im Design geht es bei dem Innovationspreis „Design Plus“.** In dem Wettbewerb werden Produkte ausgezeichnet, die durch hohe Gestaltungsqualität, über ihren Gebrauchswert sowie technische und ökologische Qualität überzeugen. Teilnehmen können alle Aussteller der Ambiente. Zugelassen werden Produkte, die noch nicht länger als zwei Jahre auf dem Markt sind. Design Plus wird zum 20ten Mal von der „Initiative Form und Leben“ ausgerichtet, deren Träger die Messe Frankfurt, der Rat für Formgebung und der Deutsche Industrie- und Handelskammertag sind. In der unabhängigen Jury sind Vertreter aus Design, Handel, Lehre, Industrie, Presse und der ideellen Träger. Die Ausstellung der ausgezeichneten Produkte ist während der gesamten Dauer der Ambiente in der Galleria 1 zu sehen. ([www.designplus.messefrankfurt.com](http://www.designplus.messefrankfurt.com))

**Plagiarius(Foyer 4.1) Auf der weltgrößten Konsumgütermesse bringen Hersteller aus allen Ländern der Welt ihre Produktneuheiten und Innovationen auf den Markt, stellen ihre neuen Designs und Prototypen vor. Gerade deswegen ist Produktpiraterie auch auf der Neuheitenmesse Ambiente ein wichtiges Thema. Rido Busse, Gründer von Busse Design Ulm, prangert auf effektive Weise genau diesen Raub des geistigen Eigentums an. Der „Plagiarius“, der Zwerg mit der goldenen Nase, wird solchen Unternehmen verliehen, die sich international durch besonders dreisten Ideenklau „auszeichnen“. Die Plagiarius-Ausstellung zeigt die Originale und Kopien im direkten Vergleich und gehört traditionell zu den absoluten Highlights der Ambiente. Den Negativpreis rief Rido Busse ins Leben nachdem er 1977 selbst Opfer geworden war. Ziel seiner „Aktion Plagiarius“ ist es seitdem, Designer, Hersteller und Handel auf den internationalen Ideenklau aufmerksam zu machen und den Schutz des geistigen Eigentums zu fördern. Der glänzende Gesichtserker des Plagiarius steht für die goldene Nase, die sich die Kopierer in der Regel am Ideenklau verdienen. Die Pressekonferenz und offizielle Verleihung des Plagiarius findet vormittags am ersten Messetag, 11. Februar 2005, statt. ([www.plagiarius.com](http://www.plagiarius.com))**

**„Art & Style“ – Galerie der Zukunft (Halle 4.0)** Die Gallery-Halle 4.0 ist der Top-Treffpunkt für das Angebot für Bild und Rahmen. In diesem Jahr finden die Messegäste hier ein besonders visionäres Highlight vor: die Galerie der Zukunft. Auf vielfältige Art und Weise präsentiert diese „Art & Style“ neue Marktstrategien für Galerien. Thematisiert wird vor allem der richtige Produktmix von hochwertigen, branchen-spezifischen Produkten wie Unikaten und Originalgrafiken zusammen mit vielversprechenden Randsortimenten, darunter edle Papiere und ausgesuchte Trendartikel. Diese Zusatzangebote gewinnen gerade in den Zeiten der allgemeinen Konsumzurückhaltung an Bedeutung. Sie laden die Kunden zur entspannten Entdeckungsreise ein und machen Lust auf Kunst und Dekoration. Das ambitionierte Projekt „Galerie der Zukunft“ ist eine Gemeinschaftsinitiative führender Persönlichkeiten aus dem industriellen Bereich, der Messe Frankfurt und des Bundesverbandes Bild und Rahmen sowie des Verlages ‚Der Kunsthandel‘. Gemeinsames Ziel ist es, der Branche frische Impulse zu geben, um die Positionierung im Markt zu optimieren und auszubauen.

**YonoBI(Foyer 4.2) Um die Übersetzung eines althergebrachten Metiers in den aktuellen Kontext geht es bei YOnoBI. „Modernes Design trifft auf traditionell japanisches Handwerk“ ist das Motto der japanischen Initiative. Anlässlich der Interior Lifestyle 2004 in Japan rief sie internationale Designer auf, zeitgemäße Produktideen zu entwickeln, die mit der überlieferten japanischen Handwerkskunst hergestellt**

werden können. Heraus kamen spannungsreiche Entwürfe, die der heutigen Lebensrealität entsprechen und gleichzeitig unverwechselbare Anmut handgefertigter Produkte ausstrahlen. Die fünf Gewinner sind Momoko Ozaki, Ryosuke Harashima, Yoshiyuki Itoh, Hiroyoshi Takei und Katja Hettler & Julia Tuellmann. Ihre Arbeiten, darunter Leuchten, Porzellan, Wohnaccessoires, Taschen und persönliche Accessoires, zeichnen sich durch moderne Inspiration und Formgebung sowie eine hohe Material- und Verarbeitungsqualität aus. Auf der Ambiente werden ihre Entwürfe und Prototypen zum ersten Mal in Europa und zum zweiten Mal auf einer Ambiente gezeigt: Die Ausstellung startete im Juni 2004 zur Interior Lifestyle in Japan. Ziel der Initiative YOnoBI ist es, das japanische Handwerk zu neuem Leben zu erwecken und zu einem „weltweiten Brand“ zu machen. ([www.yo-no-bi.com](http://www.yo-no-bi.com))

Hong Kong Design Pavilion (Halle 1.2) Dass Hongkong nicht unbedingt gleich China ist und Asien mehr als „Zen“ zu bieten hat, beweist der Hong Kong Design Pavilion im Rahmen der „Passage Home“. Hongkong gilt als Schmelztiegel der Kulturen und ist eines der wichtigsten wirtschaftlichen Verbindungsglieder zwischen der westlichen und asiatischen Welt. Die Besonderheit dieser Metropole schlägt sich auch deutlich in der Schule des Designs nieder. In der Halle 1.2 bietet der Hong Kong Design Pavilion eine exemplarische Leistungsschau ihrer Kreativwerkstätten. Im Gepäck haben die Gestalter edle Wohn- und Office-Accessoires, trendige Geschenkartikel, Spielwaren und Mobiltelefone. Ziel dieses gemeinsamen Messeauftrittes ist es, dem europäischen Markt Qualität und Nachhaltigkeit des Design „made in Hongkong“ unter Beweis zu stellen.

British European Design Group, the deep end Ltd. (Halle 6.1) Typisch britisch heißt im Design: witzig, spritzig, mutig und innovativ. Das beweisen auf der Ambiente die über 20 Aussteller der British European Design Group, the deep end Ltd. (BEDG). Ihre Produkte entstehen zumeist aus der aktuellen Lebensweise ihrer Zielgruppe heraus: junge, moderne und vor allem mobile Konsumenten mit Anspruch an Individualität und Inspiration. Die schicken bis verrückten Möbel, Wohnaccessoires, Büroartikel, Textilien oder Schmuckstücke überzeugen durch auffällige Formensprache, überraschende Materialwahl und sinnvolle Zusatzfunktionen. Auf ihre ganz eigene, oft humorvolle, Weise gelingt den Designern der BEDG so der Spagat zwischen Nomadentum und Gemütlichkeit, industrieller Produktionsweise und Individualität. ([www.bedg.org](http://www.bedg.org))

Ausstellerpräsentationen Multipli di cibo - foodesign guzzini ,foodesign guzzini made in Germany: eine neue Beziehung zwischen Foodexperten und Designern“(Galleria 1 Süd) Design für den Genuss - dazu gehören nach der Unternehmensphilosophie von Fratelli Guzzini natürlich Küchenaccessoires und -helfer, Geschirr und Bestecke. Die Ausstellung „foodesign guzzini“ zeigt Prototypen zum Thema Essen und Design. Premiere auf der Ambiente haben 33 Entwürfe von teils bekannten teils jungen deutschen Designern. Vorgabe für den Wettbewerb zur Ausstellung war die Reinterpretation der Verhältnisse von Form und Funktion, Essensritualen und zeitgenössischer Gesellschaft. Die Sammlung stellt eindrucksvoll die Entwürfe der verschiedenen Designer-Generationen vor - von Ron Arad über Tom Dixon, Karim Rashid, Mattheo Thun bis Massimo Vignelli. Das neue Konzept „foodesign guzzini“ wird von der Firma Guzzini in Zusammenarbeit mit bekannten Köchen, Foodexperten und Designvertretern ausgearbeitet. ... in the woods (Halle 6.0) „...in the woods“ ist eine Zone der Entspannung. Hier werden die Messegäste dazu eingeladen, die Welt des Holzes mit allen Sinnen zu entdecken. Der Untertitel „love stories between human beings and the woods of the world“ ist dabei Motto und Wunsch zugleich. Viele Menschen lieben Holz. Sie verbinden damit Schönheit, Individualität, Wärme und Gemütlichkeit. Holz kann man riechen, fühlen, sehen und sogar hören. Was lange vergessen wurde: Die Wälder, die uns den wertvollen Werkstoff liefern, erfüllen neben ihrer Funktion als „Materiallager“ vor allem lebenserhaltende Aufgaben für unseren Planeten: So beherbergen sie beispielsweise rund 80 Prozent unserer Tier- und Pflanzenarten, stabilisieren das Weltklima, speichern den Großteil des Süßwassers und reinigen die Luft. Und trotzdem leistet sich der Mensch einen gefährlichen Raubbau mit dieser empfindlichen Energiekammer. Doch immer mehr Konsumenten und Hersteller denken heute um und legen verstärkt Wert auf ökologische Verträglichkeit. Darunter auch das deutsch-spanische Unternehmen surplus, Müller & Partner. In dem von ihm entworfenen Entspannungs-Bereich zeigt das Büro für Gestaltung ansprechende Möbel und weitere Produkte, die sich dem verantwortungsvollen Umgang mit dem edlen Rohstoff verpflichten. ([www.wood-stock.de](http://www.wood-stock.de))

Lampenschirme von Heute im Kleid von Morgen(Halle 6.1) Create it yourself! Einen lohnenswerten Wettbewerb für professionelle und unkonventionelle Designer und Nicht-Designer veranstalten die Unternehmen Radius und Ikarus: Im Vorfeld der Ambiente konnte Kunden von Ikarus aus

Lampenschirmfolien selbst Lampenschirme kreieren. Die besten 30 Kunstwerke werden in einer Sonderausstellung dem internationalen Publikum der Ambiente vorgestellt. Und mehr noch: Die ersten drei Plätze sind mit wertvollen Preisen von Ikarus dotiert, und die Nummer eins geht bei Radius in die Fertigung. Auch für die Fachbesucher lohnt sich dieser außergewöhnliche Wettbewerb – zeigt er doch, wie sich Verbraucher ihre Wunschlampen vorstellen. Und weiter ...Viele Aussteller nutzen die größte Konsumgütermesse der Welt auch, um ihre Firmenjubiläen und Sonderausstellungen zu zelebrieren. Darunter sind dieses Jahr die Firma Umbra mit einer Sonderausstellung zu ihrem 25jährigen Bestehen (Foyer 5.1/6.1) und das Unternehmen Scheurich, das seine 75 Jahre ebenfalls mit einer besonderen Jubiläums-Präsentation feiert (Foyer 10.1). Weitere Informationen finden Sie unter [www.ambiente.messefrankfurt.com](http://www.ambiente.messefrankfurt.com)

[zum Seitenanfang](#)