

Ambiente / Messe Frankfurt

Gibt zahlreiche Marktimpulse

Freitag, 20.10.2017

Frankfurt. Die Frankfurter Konsumgütermesse Ambiente legt mit den Niederlanden als Partnerland, innovativem Business-Match-Making-Programm, Point of Experience und B2B-Plattformen für das Objektgeschäft den Grundstein für eine dynamische internationale Handelssaison. Von 9. bis 13. Februar platziert die 2018er-Edition zahlreiche Marktimpulse und informiert mit praxisnahem Rahmenprogramm.

„Do Dutch“

Die Partnerlandpräsentation „Do Dutch“ lädt Ambiente-Besucher ein, charakteristisch niederländische Produktkultur und die Gedanken der Macher kennenzulernen. Der Industriedesigner und Kurator Robert Bronwasser setzt dabei Konsumgüter des Königreichs in einen neuen überraschenden Kontext und inszeniert sie minimalistisch und farbenfroh zugleich.

Das wichtigste Exponat der Präsentation ist ein riesiger Schrank. Das Design, mit geometrischen Mustern aus Linien und leuchtenden Farben, ist ein Tribut an die vor 100 Jahren gegründete berühmte niederländische Kunstbewegung „De Stijl“. Beide Seiten dieses architektonischen Kunstwerkes bieten Raum für eine Auswahl moderner niederländischer Designobjekte.

Neuer Service: Business Matchmaking

Das Business Matchmaking-Programm fördert den Kontakt zwischen Herstellern und Einkäufern bereits vor Messebeginn: Besucher sehen, wer ausstellt und können Kontakt aufnehmen. Aussteller sehen, wer als Besucher kommt und können diese auf ihren Stand einladen. Für die Planung von Meetings steht eine übersichtliche Online-Plattform zur Verfügung. Zusätzlich unterstützt das Matchmaking-Team bei Fragen oder Problemen. Wer bereits ein Ticket für die Ambiente besitzt, ist automatisch beim Business Matchmaking-Programm dabei und loggt sich mit den bekannten Messe-Zugangsdaten ein. Alle anderen Fachhändler und Einkäufer können sich vorab kostenfrei für das Programm registrieren.

Handel im Wandel

Das neue Sonderareal auf der Ambiente greift in der Halle 4.1 unter dem Titel „Point-of-Experience“ die veränderte Rolle des Handels auf. Das Areal zeigt, wie Produkte im Digital Age präsentiert und inszeniert werden können.

Zudem bietet die Weltleitmesse für die Konsumgüterindustrie auch einer Vielzahl von internationalen Herstellern für die Einrichtung von Hotellerie und Gastronomie eine Präsentationsplattform. Mehr als 290 Aussteller machten die Ambiente 2017 damit zum Hotspot für das HoReCa- und Objektgeschäft.

Global-Sourcing

Die Passage hat sich inmitten der Ambiente zu einer etablierten Größe im internationalen Volumengeschäft entwickelt. Unter dem neuen Namen Global Sourcing Dining, Global Sourcing Living

und Global Sourcing Giving präsentieren rund 1.500 Aussteller aus 55 Nationen ihre Sortimente auf der Ambiente. Frankfurt ist damit Handelsplatz Nummer Eins für das Volumengeschäft außerhalb Chinas.

Inspirierendes Rahmenprogramm

Wie gewohnt werden zur Ambiente 2018 die maßgeblichen Trends für die Bereiche Tisch, Küche, Wohnen und Schenken präsentiert. Das renommierte Stilbüro bora.herke.palmisano recherchiert vier Trendwelten und inszeniert diese in einer großen Sonderschau.

Clevere Ideen finden Besucher in der Solutions-Sonderpräsentation. Der Designer und Kurator Sebastian Bergne zeigt kreative Lösungen von Ambiente-Ausstellern mit dem Schwerpunkt Tisch, Küche und Haushalt. Gezeigt werden die ausgewählten Produkte mit einem besonderen Clou in kurzen Videoclips.

Auf der Suche nach originellen Produktideen sind Einkäufer bei den Talents- und Next-Arealen richtig. Die Talents zeigen ihre Kreationen in den Bereichen Dining in der Halle 4.0, Loft in der Halle 11.0 und Fashion Accessoires in der Halle 9.2. Für junge, kreative Unternehmen, die sich noch weiter etablieren möchten, sind die Next-Areale ebenfalls fester Bestandteil des Förderprogramms der Messe. In den Hallen 9.2, 11.0 und 11.1 präsentieren die Newcomer ihre ersten Kollektionen.

Alles Wissenswerte rund um die Ambiente finden Sie in unserem [Partnerportal](#).

Gibt zahlreiche Marktimpulse