

Ambiente / Messe Frankfurt

Große Nachfrage vor dem Re-Start

Donnerstag, 12.05.2022

Vor ihrem Re-Start vom 3. bis 7. Februar 2023 verzeichnet die Ambiente bereits jetzt eine hohe Nachfrage. Daher wurde die Hallenbelegung der Weltleitmesse für Konsumgüter geschärft. Die Ambiente findet parallel zu den international führenden Fachmessen Christmasworld und Creativeworld statt. „Die Reaktionen aus dem Markt sind sehr beeindruckend. Wir haben von unseren Kunden großes Vertrauen und Akzeptanz sowie den unbedingten Wunsch nach Platzierung auf der kommenden Ambiente bekommen“, berichtet Yvonne Engelmann, Leiterin Ambiente Living, Giving, Working. „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.“ Einkäufer 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 Ausstellern wie Blomus, Bloomingville oder Guaxs präsentieren zur kommenden Veranstaltung auch internationale Aussteller der Tischkultur wie Alessi, Georg Jensen oder Stelton ihre Produkte in der Halle 3.1. Hier finden designorientierte Einkäufer, Concept Stores und Designstudios Inspiration für ihre Sortimente.

Alles zu den Themen Wohneinrichtung, Kleinmöbel, Leuchten oder Wohnaccessoires finden Besucher bei Interiors & Decoration in der Halle 3.0. bei Ausstellern wie Clayre & Eef, Greengate, Gries Deco mit der Marke Ipuro, Kaheku schönes Wohnen, Kare Design, IB Laursen oder Lightmakers mit der Marke Light & Living. 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. 2023 wird zudem der Angebotsbereich Contract Business um das Themenfeld Future of Work in der Halle 3.1 erweitert. Hier treffen Büroausstatter, Innenarchitekten, Projektentwickler, Facilitymanager oder Groß- und Einzelhändler auf Anbieter für Büroeinrichtung, Sonderpräsentationen und spannende Vortragsreihen, mit denen die Zukunft der Büroarbeit gestaltet, erklärt und erlebbar gemacht wird. Noch mehr Synergieeffekte, von denen Aussteller und Besucher profitieren, gibt es in der Halle 4.2. Hier finden Besucher trendorientierte Geschenkartikel, Schnelldreher, dekorative Accessoires, Schreibgeräte, Grußkarten, Taschen und persönliche Accessoires im Bereich Urban Gifts, Stationery & School. Optimal 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 in der Halle 6.2 mit Ausstellern wie Accentra, Cepewa oder Sheepworld dekorative und klassische Geschenke, Souvenirs, traditionelles Handwerk sowie Accessoires.

Mit der neuen Hallenbelegung im Westgelände bietet die Ambiente ihren Besuchern noch effizientere Wege fürs Ordern. Das Trendthema Backen findet bei Kitchen, Accessories & Baking in den Hallen 9.0 und 9.1 seinen eigenen Platz. Ausstellern 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.

Große Nachfrage vor dem Re-Start

Links

- [Ambiente](#)