

# Ambiente / Messe Frankfurt

## Neuer Bereich Working

Donnerstag, 03.03.2022

*Die Ambiente bietet vom 3. bis 7. Februar 2023 einen umfangreichen Überblick über das globale Angebot an Konsumgütern. Sie ist nach eigenen Angaben die Nummer eins für die Themen Tisch, Küche und Haushalt und macht im Bereich Living alle Stilrichtungen rund um die Themen Wohnen, Einrichten und Dekorieren erlebbar.*

Geschenke und persönliche Accessoires in allen Facetten zeigt der Bereich Giving, in dem sich jetzt auch hochwertige Papeterie sowie Artikel rund um den Schulbedarf präsentieren werden. Dem Thema der Arbeitswelten von morgen widmet sich der neue Bereich Working, der dort relevante Lösungsangebote noch intensiver als bisher in den Fokus stellt. Ein Interview mit Yvonne Engelmann, Leiterin Living, Giving, Working.

### **Wie kam es zu der Entscheidung, den neuen Bereich Ambiente Working zu schaffen?**

*Yvonne Engelmann:* Wir sehen seit einiger Zeit – und das nicht erst seit der Pandemie – wie sich der Konsumgütermarkt verändert. Als Veranstalter von internationalen Leitmesse, bieten wir den Märkten die globale Plattform, die sie brauchen. Deshalb greifen wir immer wieder Veränderungen am Markt aktiv auf, schaffen Angebote für neue Zielgruppen und bieten so allen Teilnehmer\*innen einen echten Mehrwert durch neue Geschäftsimpulse, Synergien und Inspirationen. Somit unterstützen und begleiten wir die Branche in ihrer Weiterentwicklung. Ein wichtiger Baustein dafür ist der neue Bereich Working, der gleichberechtigt neben Dining, Living und Giving das Ambiente-Angebot der unterschiedlichen Lebenswelten ergänzt. Im Rahmen des neuen Bereichs erweitert die Ambiente somit das Angebot und die Nachfrage.

### **Warum ist die Ambiente das perfekte Zuhause für die PBS-Branche?**

*Engelmann:* Die Ambiente kreiert neue Impulse für die PBS Branche – vom Contract Business über den Megatrend Nachhaltigkeit und den Dauerbrenner Design & Lifestyle bis hin zu Zielgruppen der Hotellerie und Gastronomie. Bereits in der Vergangenheit haben Aussteller\*innen aus den Bereichen Papeterie und Bürobedarf gern auf der Ambiente ausgestellt. Denn dort treffen sie auf erweiterte Zielgruppen wie beispielsweise Conceptstores, Designstudios oder gehobene Geschenkboutiquen, die sie auf ihren eigenen Branchenmessen so nicht finden. Gleichzeitig bietet die Ambiente diesen Aussteller\*innen auch den klassischen Geschenkartikelhandel von Warenhäusern bis hin zu Discountern und somit ein sehr breites Angebot.

Ambiente Working als neue Lebenswelt arrangiert ganz neue Möglichkeiten der Produkt- und Konzeptpräsentation. Gleichzeitig bekommen Aussteller\*innen durch Synergien zu verschiedenen Themenbereichen der Ambiente ganz andere Entwicklungsmöglichkeiten. Sowohl Aussteller\*innen als auch Besucher\*innen haben so die Chance neue und erweiterte Zielgruppen zu erschließen und konsequente Synergien an einem Ort zu bündeln.

### **Was genau umfasst Ambiente Working? Wer sollte hier ausstellen, was gibt es dort zu entdecken?**

*Engelmann:* Der neue Bereich Working umfasst zunächst die Themen Bürobedarf inklusive wiederaufbereiteter Druckerverbrauchsmaterialien, Büroausstattung und -einrichtung sowie Konferenz und Moderation. Einer der Schwerpunkte liegt dabei auf dem Thema Future of Work mit den Bereichen Office & Home concepts und Büroausstattung. Ergänzt werden diese Inhalte mit Future Office Talks in der Academy. Der Bereich Working ist also die ideale strategische und konzeptionelle Erweiterung zu Living, Giving und Dining. Der gesellschaftliche Wandel führt zu einem starken Wandel der PBS-Branche was die Produktportfolios der Hersteller betrifft oder die veränderten Absatzkanäle und Zielgruppen, die wir im neuen Kontext dann besser bedienen können – inklusive der Konzept- und Warenpräsentationen sowie hochkarätigen Vortragsreihen. Zielgruppen für diesen Bereich sind unter anderem Architekten, Büroausstatter, Büroplaner und Facility Manager.

### **Warum ist die Ambiente für den Working-Bereich und das Thema Büroausstattung die richtige Plattform?**

*Engelmann:* Die Ausstattung von Objekten mit Produktlinien war schon immer ein strategisch wichtiger Baustein der Ambiente. Sowohl das Contract Business im Rahmen des Living-Segments, als auch das HoReCa-Business für den Hospitality-Sektor im Dining-Segment. Dabei geht es in diesem Bereich nicht nur um die Ausstattung von gewerblichen Objekten wie Hotels, Restaurants, Co-Working-Spaces oder Büros sondern um die Ausstattung unseres Zuhauses inklusive Homeoffice. Dies hat in den letzten zwei Jahren eine ganz neue gesellschaftliche Dimension erhalten. Schon immer gehörten Produkte für die Büroausstattung und den Schreibtisch zu den Lifestyle-Kollektionen der Ambiente-Aussteller\*innen. Das heißt, hier gibt es spannende Synergiepotenziale – für unsere Aussteller\*innen und Besucher\*innen. Deshalb ist es ein wichtiger Schritt, diesen Bereich auszubauen.

### **Papeterie und Schulbedarf ergänzen den Produktmix des Giving-Bereichs der Ambiente. Was versprechen Sie sich davon?**

*Engelmann:* Einkäufer, die Schreibwaren, Blöcke, Kalender der Stationery-Lebens- und Produktwelten suchen, sind im Giving-Bereich der Ambiente perfekt aufgehoben. Das Thema Schule ist mit dem Thema Schenken und Geschenk eng verbunden. Wenn ich beispielsweise an die Einschulung und die Schultüte der Nichte denke, gibt es in dem Bereich immer wieder Anlässe etwas zu verschenken. Im Einzelhandel sieht man ganz deutlich, dass diese Sortimente zusammengeführt werden. Mäppchen und Schulbedarf finden sich häufig neben Geschenkartikeln und Accessoires. Und so führen wir es auch hier auf der Ambiente zusammen und bieten so Synergien und überschneidende Einkäuferzielgruppen. Damit ist dieses Sortiment eine optimale Ergänzung zu Geschenkartikeln, über Schnelldreher, Souvenirs, dekorative Geschenke, Spielzeug, Papeterie-, Schreibwaren und Office-Produkten bis hin zu persönlichen Accessoires und Schmuck. Das ist eine optimale Ergänzung des Giving-Bereichs und ein impulsbringender Perspektivwechsel auf die Produktwelt rund um das Thema Schule, der neue Sortimentsverbindungen bringt und Ausstellern ein absolutes Neukundenpotenzial bietet.

## **Neuer Bereich Working**