

Ausstellerstimmen zur Ambiente 2022

„Diese Messe ist wichtiger denn je“

Dienstag, 31.08.2021

In weniger als einem halben Jahr kehrt die Ambiente zurück in die Frankfurter Messehallen (11. bis 15. Februar 2022). Zahlreiche Aussteller haben sich bereits angemeldet und bereiten sich auf die Weltleitmesse für Konsumgüter vor. Warum die Ambiente 2022 so wichtig für die Branche ist und worauf sich die teilnehmenden Unternehmen besonders freuen, verraten sechs Aussteller aus unterschiedlichen Produktgruppen der Ambiente.

„Im letzten Jahr haben die meisten sozialen Begegnungen, Treffen mit Partnern und Kunden sowie Veranstaltungen entweder online stattgefunden oder wurden abgesagt. Die Möglichkeiten, sich inspirieren zu lassen und neue Ideen, Marken und Menschen kennenzulernen, waren begrenzt. Deshalb sehen wir Veranstaltungen und Messen wie die Ambiente als sehr wichtig an und wollen dabei sein, wenn sich die Welt wieder öffnet“, sagt Helen Cheung, Senior Marketing Activation Manager bei Fiskars.

Damit spricht Cheung einen Aspekt an, der Messemachern in den vergangenen Monaten immer wieder rückgemeldet wurde: Das physische Messeformat bleibt die erste Wahl und kann durch digitale Formate nicht ersetzt, sondern lediglich sinnvoll ergänzt werden. Zu wichtig sind persönliche Begegnungen, wenn es um das Knüpfen von neuen Geschäftsbeziehungen und die Pflege bereits bestehender Verbindungen geht. „Im Handel geht es darum, Menschen zu verbinden, Beziehungen aufzubauen und auch dann zu kommunizieren, wenn die Dinge nicht wie geplant laufen. Der Handel braucht einen Ort, um Handel zu treiben. Die Ambiente ist der Ort für Stelton, um die Welt zu treffen. Diese Messe ist wichtiger denn je“, so Michael Ring, CEO und Inhaber von Stelton.

Auch für Willo Blome, Geschäftsführer und Eigner von Blomus, ist die Ambiente ein gesetzter Termin im Kalender. „Wir freuen uns vor allem auf den persönlichen Austausch mit dem internationalen Handel und unseren Marktbegleitern. In erster Linie dient die Ambiente dazu, unsere innovative neue Kollektion live vorzustellen. Die Ambiente ist darüber hinaus immer ein wichtiger Treffpunkt der Branche, um Marktentwicklungen zu beobachten und sich zu vernetzen.“

Zudem gehören Konsumgüter zu den Produkten, die sich am besten live und mit den eigenen Sinnen erkunden lassen. Dies hebt auch Katharina Günther, Geschäftsführerin bei Hey-Sign, hervor: „Unsere Kollektion lebt von der Haptik des Materials und dessen Farbbrillanz. Wir freuen uns daher ganz besonders im Jahr 2022 auf der Ambiente ausstellen zu können. Mit unseren Kunden wieder in direkten Austausch zu kommen, ist uns eine große Freude“.

Die Wiedersehensfreude ist auch bei Horst Lichter, Direktor Solex Germany, groß: „Solex Germany freut sich auf die Ambiente 2022, um die Neuheiten, die wir in den vergangenen beiden Jahren entwickelt haben und noch nicht live vorstellen konnten, erstmalig einem internationalen Fachpublikum zu präsentieren. Wir freuen uns besonders darauf, viele Partner und Kunden, die wir seit vielen Monaten nicht mehr gesehen haben, wieder zu treffen.“

Für einige Aussteller hat die Ambiente zudem maßgeblich zur Entwicklung des Unternehmens beigetragen. „Durch die Ambiente haben wir unser Exportgeschäft aufgebaut“, erzählt Benjamin Greve,

Marketing- und Verkaufsleiter Philippi. „Wir liefern in über 70 Ländern aus. Wo sonst gibt es eine Möglichkeit, so viele Kunden und Partner an einem Ort zu treffen? Für Philippi ist die Ambiente eine unverzichtbare Plattform, um mit dem weltweiten Handel in Verbindung zu kommen und unsere neuesten Kollektionen zu präsentieren. In der Vergangenheit gab es viele schöne Erinnerungen und Anekdoten aus Frankfurt. Daraus entstehen im Nachgang tolle Geschäftsbeziehungen, auf die wir keinesfalls verzichten möchten“, so Greve weiter.

Die nächste Ambiente findet vom 11. bis 15. Februar 2022 statt.

„Diese Messe ist wichtiger denn je“

Links

- [Messe Frankfurt](#)