

gardiente 2021

Führende Marken committen sich

Montag, 22.03.2021

Bedingt der aktuellen Pandemie planen Marken wie 4 Seasons, dekoVries, Karasek, Sieger, Solpuri, Stern, Schafner und Zebra nach einem brancheninternen Austausch, sich dem Fachhandel in diesem Jahr auf der gardiente (5. bis 7. September) zu präsentieren.

Jens Frey, Geschäftsführer der veranstaltenden Muveo GmbH, sieht die klare Fokussierung der Messe als einen der Gründe für diesen gemeinschaftlichen Zuspruch: „Was die gardiente schon immer ausgemacht hat und wofür sie geschätzt wird, ist ihr „kleiner aber feiner“ Charakter. Das kann gerade in der aktuellen Situation ein wichtiger Vorteil für uns als Veranstalter sein. Deshalb ist das Thema Internationalität auch in diesem Jahr keines unserer Kernziele. Wir wollen primär dem deutschen Fachhandel und Kunden aus den angrenzenden Ländern wie Österreich und der Schweiz eine Heimat bieten, um gemeinsam mit Herstellern und Lieferanten die Folgesaison bestmöglich vorzubereiten.“

Um das zu erreichen, zeigt die gardiente nicht nur ein hochwertiges Markenportfolio, sondern will Besuchern wie Ausstellern mit ihrem bestehenden Profil auch ein hohes Maß an Sicherheit bieten: „Selbstverständlich verfolgen wir dauerhaft die aktuellen Entwicklungen und haben in einem gemeinsamen Branchenworkshop ein pandemiekonformes Messeformat abgestimmt. Darüber hinaus verfügen wir durch unsere weiteren Messeformate aus 2020 nicht nur über ein mehrfach bewährtes Sicherheits- und Hygienekonzept, sondern auch über weitreichende Erfahrungswerte und sind somit bestens gerüstet, um allen Beteiligten eine sichere und erfolgreiche Messe bieten zu können“, so Jens Frey weiter.

Dabei ist dem Veranstalter zu jedem Zeitpunkt der Messeplanung ein transparenter und offener Austausch mit seinen Stakeholdern besonders wichtig: „Als Partner der Branche sind wir es gewohnt, relevante Entscheidungen – sei es eine Terminverschiebung oder die strategische Ausrichtung der gardiente – im Vorfeld gemeinschaftlich zu entscheiden. Nur so können wir in Zeiten wie diesen bestehen und uns nachhaltig positionieren. In jedem Fall haben wir aber immer den Anspruch, der Branche eine zielgerichtete und bedarfsgerechte Plattform zu bieten und DAS relevante Format für den Fachhandel zu sein“, erklärt Frey.

Sofern es die bis dato geltenden Bedingungen erlauben, werden Sonderflächen und branchenrelevante Community-Events wie die „gardiente night“ und die gardiente „BBQ-World“ mit Vorführungen und Tastings wieder feste Bestandteile des Messekonzepts sein. Darüber hinaus bietet die gardiente wertvolle Impulse zu aktuellen Themen wie Nachhaltigkeit und Digitalisierung.

Führende Marken committen sich

Links

- [gardiente](#)