

Pressemitteilung

11. Februar 2020

Ambiente 2020 unter Einfluss von Corona und Sabine

Erdmann Kilian
 Tel. +49 69 75 75-5871
 Erdmann.Kilian@messefrankfurt.com
 www.messefrankfurt.com
 www.ambiente.messefrankfurt.com

Trends, Neuheiten und internationales Business. Darum geht es traditionell auf der Frankfurter Ambiente, die 2020 vom 7. bis 11. Februar stattfand. Die weltweit größte Konsumgütermesse vermeldete ein Wachstum auf 4.635 Unternehmen¹ aus 93 Ländern² auf einer Fläche von 310.240 Bruttoquadratmetern³. Als erste Weltleitmesse bekam die Ambiente die Auswirkungen von Corona auf das Reiseverhalten zu spüren. Und auch das Sturmtief Sabine machte sich deutlich bemerkbar. Der Geschäftstätigkeit in den Hallen tat das weniger Abbruch als erwartet. Insgesamt herrschte auf der Trend- und Neuheitenplattform eine rege Ordertätigkeit. Aussteller zeigten sich jedoch enttäuscht von starker Verunsicherung seitens der Besucher und damit vom Fernbleiben unterschiedlichster Handelsformen. Diejenigen, die sich auf den Weg nach Frankfurt machten, profitierten von hervorragenden Orderbedingungen.



Trends und Business auf der Ambiente 2020

Insgesamt reisten rund 108.000 Einkäufer aus knapp 160 Ländern⁴ zur Ambiente, um sich Inspirationen und Produkte für ihre neuen Kollektionen zu beschaffen. 62 Prozent davon kamen aus dem Ausland. Ein Großteil des Besucherrückgangs lässt sich auf den Einfluss von Corona verbuchen. Viele, gerade sehr große deutsche und

Messe Frankfurt Exhibition GmbH
 Ludwig-Erhard-Anlage 1
 60327 Frankfurt am Main

¹ FKM-zertifiziert, 2019: 4.460 Aussteller

² FKM-zertifiziert, 2019: 92 Länder

³ FKM-zertifiziert, 2019: 305.600 Bruttoquadratmeter

⁴ FKM-zertifiziert, 2019: 136.081 Besucher aus 167 Ländern

internationale Handelsunternehmen, hatten ein Reiseverbot für ihre Mitarbeiter ausgesprochen. Das Sturmtief Sabine sorgte dafür, dass ab Sonntag deutschland- und europaweit der Flug- und Bahnverkehr teilweise völlig zum Erliegen kam.

„Zwei solche Ereignisse zu einer Messe muss eine Veranstaltung erst einmal verkraften“, sagt Detlef Braun, Geschäftsführer der Messe Frankfurt. „Aber unsere Aussteller wussten die Situation einzuschätzen. Und die Messebesucher brachten eine positive Stimmung und Orderlust mit nach Frankfurt“, so der erfahrene Messemacher weiter. Die Zufriedenheitswerte bei den Messebesuchern blieben mit 95 Prozent auf hohem Niveau stabil. Deutliche Verschiebungen zeigten sich aufgrund der besonderen Situation bei den Top-Ten-Besuchernationen. Auf Deutschland folgten hier Italien, Frankreich, Niederlande, Spanien, Großbritannien, Türkei, USA, Russland, Japan und China. Zuwächse gab es in diesem Jahr etwa aus Estland, Japan, Jordanien, Kolumbien, Rumänien und der Türkei.

Auch Thomas Grothkopp, Hauptgeschäftsführer Handelsverband Wohnen und Büro e.V. (HWB), fügt an: „Die Ambiente hat wieder bewiesen, dass es der realen Welt der Produkte, Marken und Menschen bedarf, um Geschäfte zum gegenseitigen Nutzen abzuschließen. Der Fachhandel hat die Chance, die ihm die Messe Frankfurt mit der Ambiente bietet, umfänglich genutzt.“

Ausstellerstimmen

Dining

Dianne Doolaard, Trade & Shopper Marketeer English & Crystal Living brands Continental Europe Fiskars

„Als führende Messe für Tableware und Interior Design war es für uns von großer Wichtigkeit, an der diesjährigen Ausgabe als Neuaussteller teilzunehmen. Wir haben viele relevante Kunden aus der ganzen Welt getroffen und die internationale Reichweite genutzt, um vier Marken der Fiskars-Gruppe vorzustellen – darunter unsere neue Olio-Kollektion. Die Reaktionen auf unseren Stand und unsere Neuheiten waren sehr positiv.“

Mayda Pérez, Executive Vice President Front of the House

„Auf einer Skala von eins bis zehn war unser Messeerfolg eine klare Zehn. Als Neuaussteller und 2002 gegründetes US-Unternehmen mit klarem Fokus auf den HoReCa-Vertriebsweg produzieren und designen wir alle unsere Produkte selbst. Der klare Fokus der Ambiente auf das Front of House-Geschäft hat maßgeblich zu unserem Messeerfolg beigetragen und erlaubt es uns, smart und nachhaltig zu wachsen. Unsere Erwartungen an die neue HoReCa-Halle wurden mehr als übertroffen. Es war wirklich eine großartige Show für uns.“

Erwin Rupp, Vertriebsleitung Ritterwerk

„Die Ambiente ist unsere absolute Leitmesse. Wir gehen in Deutschland auf keine andere Messe und auch unter den Messen im Ausland nimmt die Ambiente den ersten Platz ein. Denn hier erreichen wir den ausländischen Kunden am besten. Die diesjährige Ambiente bildet da keine Ausnahme. Trotz der Sondersituation in diesem Jahr hat sich

Ambiente
Internationale Frankfurter Messe /
International Frankfurt Trade Fair
Frankfurt am Main,

nichts an der Qualität der Besucher geändert.“

Living

Stefan Rothenberger, Country Manager DACH Normann Copenhagen

„Es ist wirklich schön, wieder in Frankfurt dabei zu sein. Wir fühlen uns auf der Ambiente 2020 sehr gut aufgehoben. Besonders freuen wir uns, dass wir – trotz der besonderen Umstände von Sturm bis Corona – sowohl viele alte Kundenbeziehungen erfolgreich wieder beleben als auch ganz neue Accounts erreichen konnten.“

Mirko Micallef für Qeeboo, Managing Director der Vertriebsagentur für den deutschsprachigen Raum

„Qeeboo hat 2020 zum ersten Mal auf der Ambiente ausgestellt. In der Halle 8.0 haben wir ein anspruchsvolles Markenumfeld vorgefunden. Die Messe hat uns viel internationales Publikum gebracht. Unter anderem aus Israel, Mexiko, den USA und natürlich aus ganz Europa hatten wir eine sehr gute Frequenz. Wir sind wirklich zufrieden.“

Giving

Alexander Selch, CEO Reisenhel Accessoires GmbH & Co. KG

„Natürlich hatten wir sehr spezielle Bedingungen. Was mich an der Ambiente 2020 dennoch überzeugt hat, war die Qualität der Gespräche, die wir vor allem mit den zahlreichen neuen Interessenten umso intensiver führen konnten. Auch für den Ausbau unserer internationalen Markenbekanntheit war die Ambiente 2020 extrem wertvoll. Der internationale Zuspruch war außerordentlich gut und wir haben viele Neukunden gewinnen können.“

Susanne Stahlschmidt, Sales Director B2C Troika Germany GmbH

„Wir haben auf der Ambiente 2020 viele neue internationale Leads erreicht. Darunter waren unter anderem spannende Märkte wie Südamerika und Osteuropa. Positiv aufgefallen ist, dass wir nicht nur sehr gute zukunftsweisende Gespräche führen konnten, sondern dass auch einige der neuen Kunden ihre Order direkt vor Ort platziert haben.“



Ambiente
Internationale Frankfurter Messe /
International Frankfurt Trade Fair
Frankfurt am Main,

Boomt in Halle 6.0: Wachstumsmarkt HoReCa

HoReCa und Contract Business auf der Ambiente

Zukunftsweisend zeigte sich die Ambiente mit dem Ausbau des Dining-Bereichs um eine eigenständige Plattform für die Hotel-, Restaurant- und Catering-Branche (HoReCa). Vor dem Hintergrund des weltweit wachsenden Marktes bot die 2020 neu eingerichtete Halle 6.0 eine perfekte Anlaufstelle für nationale und internationale Entscheider im Hospitality-Segment – darunter Hotelketten, Restaurantbesitzer, Cateringunternehmen, Cruiselines und Airlines. Die Aussteller präsentierten hier ihre neusten Kollektionen und luden zu aktuellen Insights aus dem Front of House-Bereich ein. Darüber hinaus lieferten in der HoReCa-Academy internationale Topreferenten einen fundierten Ausblick auf die relevanten Branchentrends. Bekannte Namen darunter waren etwa Maham Anjum, Ido Garini, Adam D. Tihany, Jozef Youssef und Dr. Francesca Zampollo. Die Einbindung des spezialisierten HoReCa-Angebots in die weltgrößte Konsumgütermesse bot den Einkäufern zudem die einzigartige Chance, über das Angebot von Tisch und Küche hinaus aktuelle Lifestyle-Kollektionen in den Giving- und Living-Hallen zu ordern. In diesem Kontext kamen ebenfalls die täglichen HoReCa-meets-Contract-Trendtouren gut an. Der HoReCa-Spezialist Pierre Nierhaus zeigte darin neue Trends und Ausstattungskonzepte ausgewählter Front of House-Aussteller in den Bereichen Dining und Living.

Nachhaltigkeit auf der Ambiente

Weiteres Zukunftspotenzial eröffnet sich im Megatrend Nachhaltigkeit. Hierin übernimmt die Ambiente für ihre Branche eine Vorreiterrolle. Die langjährigen Kooperationen mit der World Fair Trade Organization (WFTO) und MADE51, einem Projekt des Flüchtlingswerks der Vereinten Nationen (UNHCR), boten erneut hoch frequentierte Präsentationen und Informationsveranstaltungen. Zudem spiegelte auch der Ethical Style Guide diese Entwicklung deutlich wider. Das kuratierte Verzeichnis listet ökologisch und sozial verträglich produzierende Aussteller auf der Ambiente. Die aktuelle Edition präsentiert 314 Unternehmen aus 49 Ländern und damit 27 Prozent mehr als im Vorjahr.

Focus on Design

Frische Impulse setzte die Ambiente auch für die Welt des Designs: Die neue Sonderpräsentation Focus on Design rückte außergewöhnliche Produkte aus Brasilien ins Scheinwerferlicht. Die fünf Designstudios Rodrigo Almeida, Bianca Barbato, Brunno Jahara, Sérgio J. Matos und Rain zeigten in der Galleria 1 herausragende Produkte und gaben detaillierte Einblicke in die aktuelle Kreativszene ihres Landes. Weitere Publikumsmagneten waren außerdem wieder die Sonderschau Ambiente Trends sowie die Ausstellung zum German Design Award.

Die nächste Ambiente findet vom 19. bis 23. Februar 2021 statt.

Hinweis für Journalisten:

Inspirationen, Trends, Styles und Persönlichkeiten entdecken Sie im [Ambiente Blog](#).

Presseinformationen & Bildmaterial:

www.ambiente.messefrankfurt.com/journalisten

Ambiente
Internationale Frankfurter Messe /
International Frankfurt Trade Fair
Frankfurt am Main,

Ins Netz gegangen:

www.facebook.com/ambientefair | www.twitter.com/ambiente
www.instagram.com/ambientefair | www.ambiente-blog.com

Hashtag: #ambiente20

Internationale Leitmesse Ambiente

Die Ambiente ist die internationale Leitmesse und weltweite Nummer 1 für Produkte rund um den gedeckten Tisch, Küche und Hausrat, Einrichtungs- und Dekorationsaccessoires, Wohnkonzepte, Geschenkartikel sowie Schmuck und modische Accessoires. Sie ist „The Show“ für eine gesamte Branche. Aufgrund ihres in Breite und Tiefe konkurrenzlosen Produktangebots ist sie weltweit einzigartig. Auf der Ambiente 2019 zeigten 4.460 Aussteller aus 92 Ländern den 136.081 Fachbesuchern aus 167 Ländern fünf Tage lang ihre Produktklassiker und Innovationen. Die bedeutendste globale Konsumgütermesse bietet gleichzeitig eine Vielzahl an Branchenevents, Nachwuchsprogrammen, Trendinszenierungen und Preisverleihungen.

Conzoom Solutions – die Plattform für den Handel

Die Wissensplattform Conzoom Solutions bietet dem Konsumgüterhandel ein vielfältiges Angebot wie Studien, Trendvorstellungen, Workshops oder Anleitungen für den Point of Sale. Sie gibt einen Komplettüberblick über das internationale Portfolio der Messe Frankfurt im Konsumgüterbereich und stellt dort gebündelt Informationen für den Handel zusammen.

www.conzoom.solutions

Der digitale Marktplatz Nextrade

Das neue digitale Order- und Datenmanagement Nextrade für Lieferanten und Händler der Konsumgüterbranche verlängert die Messe und ermöglicht Bestellungen zu jeder Tages- und Nachtzeit an 365 Tagen im Jahr.

www.nextrade.market

Hintergrundinformation Messe Frankfurt

Messe Frankfurt ist der weltweit größte Messe-, Kongress- und Eventveranstalter mit eigenem Gelände. Mehr als 2.600* Mitarbeiter an 30 Standorten erwirtschaften einen Jahresumsatz von rund 733* Millionen Euro. Wir sind eng mit unseren Branchen vernetzt. Die Geschäftsinteressen unserer Kunden unterstützen wir effizient im Rahmen unserer Geschäftsfelder „Fairs & Events“, „Locations“ und „Services“. Ein wesentliches Alleinstellungsmerkmal der Unternehmensgruppe ist das globale Vertriebsnetz, das engmaschig alle Weltregionen abdeckt. Unser umfassendes Dienstleistungsangebot – onsite und online – gewährleistet Kunden weltweit eine gleichbleibend hohe Qualität und Flexibilität bei der Planung, Organisation und Durchführung ihrer Veranstaltung. Die Servicepalette reicht dabei von der Geländevermietung über Messebau und Marketingdienstleistungen bis hin zu Personaldienstleistungen und Gastronomie. Hauptsitz des Unternehmens ist Frankfurt am Main. Anteilseigner sind die Stadt Frankfurt mit 60 Prozent und das Land Hessen mit 40 Prozent.

Weitere Informationen: www.messefrankfurt.com

* vorläufige Kennzahlen 2019

Ambiente
Internationale Frankfurter Messe /
International Frankfurt Trade Fair
Frankfurt am Main,