

ambiente

Moving the Future – neue Hallenbelegung der Ambiente ab 2023: Dining im Westgelände, Living, Giving und Working im Ostgelände

Frankfurt am Main, 10.03.2022. Die weltweit führende Messe für Konsumgüter bietet spannende Perspektiven aus erster Hand: Aussteller und Fachbesucher können erstklassige Kontakte knüpfen, aktuelle Entwicklungen in Markt und Design entdecken sowie Trends und Chancen in allen Segmenten erleben. In den vier Bereichen Dining, Living, Giving und Working zeigt die Ambiente die wichtigsten Themen der gesamten Konsumgüterpalette. Für HoReCa, das Objektgeschäft und Ethical Style ist sie der bedeutendste internationale Marktplatz im Jahr.

Vom 3. bis 7. Februar 2023 findet die Ambiente als Teil des One-Stop-Shops für die globale Konsumgüterwelt zeitgleich mit der Christmasworld und der Creativeworld statt. Auf insgesamt 16 Hallenebenen zeigt sie die neuesten Trends. „Die Ambiente ist der Dreh- und Angelpunkt der Konsumgüterindustrie. Die Optimierung der Struktur und die neue Hallenplanung bietet allen Teilnehmer*innen neue Perspektiven und damit neue, unerwartete geschäftliche Chancen. Als international führende Konsumgütermesse bildet die Ambiente den Wandel im Markt zukunftsorientiert ab und zeigt einen einzigartigen Mix an Ideen und Produkten. Damit gehen wir gezielt auf die Bedürfnisse der Branche ein“, so Philipp Ferger, Bereichsleiter Consumer Goods Fairs.



Geländeplan der Ambiente 2023

Mit der neuen Hallengestaltung bietet die Ambiente ihren Besucher*innen effiziente Wege fürs Ordern. Einkäufer*innen finden in der Halle 12 bei Table und Table Select alles rund um Glas, Porzellan, Keramik, Gold, Silber, Tischdekoration oder Tischtextilien. In der Halle 11.0 präsentiert sich das HoReCa-Segment inklusive der HoReCa Academy. Produkte wie Töpfe, Pfannen, Messer, Bestecke, Elektrokleingeräte oder BBQ-Zubehör gibt es bei Cook & Cut in der Halle 8.0. Clean Home zeigt in der Halle 9.0 Reinigungsgeräte, Haushaltsmöbel, Aufbewahrungsboxen oder Ordnungssysteme. Das Trendthema Backen findet bei Kitchen, Accessories & Baking in den Hallen 9.1 und 9.2 seinen eigenen Platz. Besucher*innen können hier Produkte wie Backformen und -zubehör, Trinkflaschen, Barequipment oder Küchentextilien entdecken. Ein breites Angebot an Aktionswaren bietet die neue Plattform Top Deals in der Halle 9.3.

Im Ostgelände macht der Bereich Living in den Hallen bei Interiors & Decoration in der Halle 3.0 sowie bei Interior Design in der Halle 3.1 alle Stilrichtungen rund um die Themen Wohnen, Einrichten und Dekorieren erlebbar. Besucher*innen finden hier alles zu den Themen Wohneinrichtung, Kleinmöbel, Leuchten, Wohnaccessoires für das mittlere und das gehobene Segment sowie Produkte für Contract Business-Projekte. Die Living-Hallen sorgen mit ihrer Platzierung und der Nähe zur Christmasworld für zielgruppengerechte Besucherführung und Besuchereffizienz.

Geschenke und persönliche Accessoires in allen Facetten zeigt der Bereich Giving, in dem jetzt neu hochwertige Papeterie sowie Artikel rund um den Schulbedarf präsentiert werden. In der 4.0 zeigen Aussteller*innen alles rund um das Thema klassische Geschenkartikel und Schulbedarf. Die Halle 4.1 präsentiert moderne design- und trendorientierte Geschenkartikel. Hier gibt es alles von klassischen Geschenkkideen über Schnelldreher, Souvenirs, Papeterie-Produkte, Stationery, Accessoires und Schmuck.

Dem Thema der Arbeitswelten von morgen widmet sich der neue Bereich Working der Ambiente. Gleichberechtigt neben Dining, Living und Giving stellt dieser Bereich relevante Lösungsangebote ab 2023 noch intensiver in den Fokus. In der Halle 4.2 zeigen Aussteller*innen Produkte rund um den Bürobedarf, die Büroausstattung sowie Remanexpo. Ebenfalls zeigen Sonderpräsentationen und Vortragsreihen zu Modern Work, New Work und Future of Work was zukünftig angesagt ist.

Im Bereich Global Sourcing finden Importeure zuverlässige Partner für das Volumengeschäft – und zwar sowohl aus der industriellen als auch der handwerklichen Produktion. Seit Jahren ist der Bereich auf der Ambiente die größte Sourcing-Plattform außerhalb Chinas. Global Sourcing Dining finden Besucher*innen in den Hallen 11.1 und 10.3. Global Sourcing Living präsentiert sich in der Halle 10.2 und Giving/Living in der Halle 10.1.

Die nächste Ambiente findet vom 3. bis 7. Februar 2023 statt.

Hinweis für Journalisten:

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

Presseinformationen & Bildmaterial:

www.ambiente.messefrankfurt.com/journalisten

Ins Netz gegangen:

www.facebook.com/ambientefair | www.twitter.com/ambiente

www.instagram.com/ambiente23 | www.ambiente-blog.com

Hashtag: #ambiente23



Ihr Kontakt:

Patricia Fritzsche

Tel.: +49 69 75 75-6087

Patricia.Fritzsche@messefrankfurt.com

Messe Frankfurt Exhibition GmbH

Ludwig-Erhard-Anlage 1

60327 Frankfurt am Main

www.messefrankfurt.com

Internationale Leitmesse Ambiente

Neue Blickwinkel eröffnen unentdeckte Chancen: Als die international führende Konsumgütermesse bildet die Ambiente den Wandel im Markt zukunftsorientiert ab. Sie zeigt fünf Tage lang einen einzigartigen Mix an Ideen und Produkten – und ist die Plattform für die weltweiten Trends. Für Tisch, Küche und Haushalt ist die Messe im Bereich Dining die unerreichte Nr. 1. Bei Living sind rund um Wohnen, Einrichten und Dekorieren alle Stilrichtungen und Marktsegmente erlebbar. Giving stellt Geschenke und persönliche Accessoires in allen Facetten vor und bietet zukünftig hochwertige Papeterie sowie Artikel rund um den Schulbedarf an. Der neue Bereich Working konkretisiert die Arbeitswelten von morgen. Mit den Zukunftsfeldern HoReCa und Contract Business verfügt die Ambiente zudem über eine ausgeprägte Ausrichtung auf das internationale Objektgeschäft. Die großen Themen Nachhaltigkeit, New Work, Design, Lifestyle, Digital Expansion of Trade und Future Retail begleiten die Veranstaltung genauso wie eine Vielzahl an Branchenevents, Nachwuchsprogrammen, Trendinszenierungen und Preisverleihungen. Aufgrund ihres in Breite und Tiefe konkurrenzlosen Produktangebots ist sie weltweit einzigartig und bietet für das Knüpfen von Kontakten und die Suche nach neuen Geschäftspartnern die besten Verbindungen.

Home of Consumer Goods – der neue One-Stop-Shop für die globale Ordersaison

Unter dem Motto „Home of Consumer Goods“ finden vom 3./4. bis 7. Februar 2023 erstmalig die Ambiente, die Christmasworld und die Creativeworld zeitgleich auf einem der modernsten Messegelände der Welt statt. Die damit neu kreierte Kombination aus drei erfolgreichen Leitmessen an einem Ort zu einem Zeitpunkt verbindet so deren Stärken und bietet damit ein bisher unerreichtes, simultan verfügbares, zukunftsorientiertes Produktangebot in Qualität und Quantität. Das weltweite Geschäft mit großen Volumen wird intensiviert. Die Messe Frankfurt bietet auch künftig die größte Plattform für Global Sourcing außerhalb Chinas. Frankfurt ist damit das Zentrum der globalen Ordersaison, stärkt Synergieeffekte und Effizienz für alle Beteiligten und ist so der eine, umfassende Inspirations-, Order- und Netzwerktermin für eine globalisierte Branche. Hier werden die angesagten Trends präsentiert und die globalen Metatrends erfahr- und sichtbar.

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 digitale Order- und Datenmanagement Nextrade für Marken 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

Die Unternehmensgruppe Messe Frankfurt ist die weltweit größte Messe-, Kongress- und Eventveranstalterin mit eigenem Gelände. Zum Konzern gehören rund 2.300* Mitarbeitende im Stammhaus in Frankfurt am Main und in 30 Tochtergesellschaften weltweit. Das Unternehmen hat im Jahr 2021 zum zweiten Mal in Folge mit den Herausforderungen der Pandemie zu kämpfen. Der Jahresumsatz wird rund 140* Millionen Euro betragen, nachdem vor der Pandemie im Jahr 2019 noch mit einem Konzernumsatz von 736 Millionen Euro abgeschlossen werden konnte. Auch in den schwierigen Zeiten der Corona-Pandemie sind wir mit unseren Branchen international vernetzt. Die Geschäftsinteressen unserer Kund*innen 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 Kund*innen weltweit eine gleichbleibend hohe Qualität und Flexibilität bei der Planung, Organisation und Durchführung ihrer Veranstaltung. Unsere digitale Expertise bauen wir um neue Geschäftsmodelle aus. Die Servicepalette reicht 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 2021