

Pressemitteilung

12. Februar 2019

## Ambiente 2019 besticht durch Wachstum an Qualität und Besuchern

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

**Mit sehr guter Stimmung und gestiegenen Besucherzahlen geht nach fünf Tagen die Weltleitmesse für Konsumgüter in Frankfurt zu Ende. 136.000 Fachbesucher aus 166 Ländern orderten auf der Ambiente 2019 für ihre Geschäfte die neuesten Produkte aus der ganzen Welt, holten sich Inspirationen für die Inszenierung am PoS und Impulse für die digitale Zukunft.**

Auf einer Fläche von 306.500 Bruttoquadratmetern<sup>1</sup> präsentierten 4.451 Aussteller aus 92 Ländern<sup>2</sup> die Trends des kommenden Geschäftsjahres. 85 Prozent<sup>3</sup> aller Aussteller kamen aus dem Ausland und machten die Ambiente 2019 zur internationalsten Messeausgabe aller Zeiten. Rund 136.000 Einkäufer aus 166 Ländern<sup>4</sup> besuchten die Ambiente in Frankfurt und sorgten für ein Besucherplus sowie beste Stimmung in den Hallen. Deutlich mehr Aussteller erreichten ihre Messeziele und knüpften mehr Kontakte als im Vorjahr.



Reges Treiben in der Halle 3.0 im Bereich „Kitchen“

„Bei uns auf der Ambiente brummt der Welthandel noch, auch wenn so manche Eintrübung der Konjunktur sich bereits abzeichnet. Über den Handelsknoten Ambiente adressieren Konsumgüterproduzenten aus aller Welt die lokalen und regionalen Märkte, und das weltweit. Somit

<sup>1</sup> FKM-zertifiziert, 2018: 308.000 Bruttoquadratmeter

<sup>2</sup> FKM-zertifiziert, 2018: 4.376 Aussteller aus 88 Ländern

<sup>3</sup> 2018: 81 Prozent

<sup>4</sup> FKM-zertifiziert, 2018: 133.582 aus 168 Ländern

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

werden hier im Februar die Weichen für das ganze Jahr 2019 und darüber hinaus gestellt. Das belegen eindrucksvoll das Orderverhalten und die Qualität der deutschen und internationalen Einkäufer“, so Detlef Braun, Geschäftsführer der Messe Frankfurt GmbH. Auch Thomas Grothkopp, Hauptgeschäftsführer Handelsverband Wohnen und Büro e.V. (HWB), zieht ein positives Resümee: „Der Fachhandel hat auf der Ambiente wieder intensiv gearbeitet, wobei die durchdachte, aber eben auch neue Hallenstruktur eine Herausforderung darstellte. Für den Handel – gleich welcher Größenordnung – gibt es in Bezug auf Neuheiten und Internationalität keine Alternative zur Ambiente.“

Die Top-Ten-Besuchernationen nach Deutschland waren Italien, China, Frankreich, Großbritannien, Niederlande, USA, Spanien, Schweiz, Russland und Südkorea. Bei den Besuchern blieben die Zufriedenheitswerte mit 94 Prozent stabil auf hohem Niveau. Überproportionale Besucherzuwächse gab es in diesem Jahr weltweit, besonders aus Südamerika mit Ländern wie Brasilien, Ecuador und Mexiko, aus Europa mit Großbritannien, Spanien, den Niederlanden und Russland sowie aus Asien mit China, Thailand und Indien.

### **Ausstellerstimmen**

Die Besucherqualität und -frequenz auf der Ambiente stimmten. Darin waren sich die Aussteller der Messe einig.

### **Dining**

#### **Gianluca Colonna, Geschäftsführer, Rosenthal GmbH**

„Um Neuheiten und Trendthemen vorzustellen, bestehende Kontakte aus aller Welt zu pflegen und neuen Interessenten persönlich zu begegnen, ist und bleibt die Ambiente für uns eine überaus wichtige Plattform. In diesem Jahr konnten wir vor allem mit unseren Neuheiten zum Thema Bauhaus viele Kunden begeistern und hatten auch eine Vielzahl an Designern für interessante Gespräche auf dem Stand. Alles in allem ein sehr gelungener Jahresauftakt.“

#### **Peter Dijk, Chief Commercial Officer, Brabantia**

„Auch 2019 war die Ambiente wieder ein fester Bestandteil unserer Marketingaktivitäten und hat uns dabei geholfen, unsere Markenbekanntheit zu steigern. Die Besucherfrequenz auf unserem Stand war sehr zufriedenstellend, ebenso wie die Halle 12 als neue Location für den Bereich Houseware & Storage. Wir konnten bestehende Kunden sowie Neukunden aus vielen Ländern begrüßen. Die internationale Ausrichtung der Ambiente ist für uns von besonderem Interesse, da auch Brabantia sehr global aufgestellt ist.“

#### **Paul Kuzina, Vice President of Global Branding, Steelite International**

„Die Ambiente ist für uns die ideale Bühne, um unsere Produkte einem globalen Publikum zu präsentieren. Hier zeigen wir vor allem der HoReCa-Branche, welche Designs und Innovationen wir dem weltweiten Markt zu bieten haben. Die vergangenen Tage waren für uns überaus erfolgreich und wir sehen das neue HoReCa-Forum in 2020 als gute Chance, um unsere internationalen Kunden noch besser zu erreichen.“

Ambiente  
Internationale Frankfurter Messe /  
International Frankfurt Trade Fair  
Frankfurt am Main, 8. bis 12. Februar  
2019

## Living

### **Willo Blome, CEO, Blomus**

„Mit der Neuaufstellung von Blomus als Premium Lifestyle Marke verändert sich natürlich auch unsere Kundenstruktur. Daher war der Wechsel in den Angebotsbereich Living eine der besten Entscheidungen überhaupt. Meine Vorstellungen zur Ambiente 2019 waren durchaus ambitionierte – aber sie wurden an unserem neuen Standort in der Halle 8.0 bei weitem übertroffen. Schon zur Halbzeit war klar, dass wir das Ergebnis von 2018 verdoppeln würden. Die Ambiente ist einfach die Top-Veranstaltung. Die Besucherqualität war diesmal hervorragend – und zwar sowohl die Internationalität als auch die Qualität betreffend.“

### **Stefan Verheyen, Geschäftsführer, Dôme Deco**

„Mit unserem Messeergebnis sind wir sehr zufrieden und 2019 hat uns einmal mehr gezeigt, dass es für den deutschen Markt schlicht und ergreifend keine Alternative zur Ambiente gibt. Wir sind ein Konzeptanbieter mit klarer Identität. Auf der Ambiente erreichen wir genau die richtigen Kunden für unsere hohen Ansprüche, also Professionals, die ganzheitliche Lösungen suchen. Das funktioniert sehr gut, auch im Objektbereich, sprich im Contract Business.“

## Giving

### **Michael Grasnick, Vertriebsleiter, Mags**

„Wir sind mit der Ambiente 2019 sehr zufrieden, vor allem, weil die Qualität der internationalen Besucher auffallend gut ist. Erfreulich hoch war die Frequenz etwa aus Italien, England und den Beneluxländern, was uns entgegen kommt, da unser Augenmerk auf dem europäischen Markt liegt. Das neue Konzept überzeugt uns sehr. Der harmonische Produktmix zieht ganz neue Besuchergruppen aus unterschiedlichen Branchen, die aber sehr affin für unsere Produkte sind. Der Effekt: Wir haben noch nie so viele Neukunden gewonnen wie zu dieser Messe.“

### **Liudger Böll, Geschäftsführer, Troika**

„Die neue Halle 11.0 ist richtig gut, insbesondere was die Qualität und Internationalität des Publikums angeht. Es kommen fast ausschließlich Entscheider aus dem In- als auch aus dem Ausland – hoch interessiert und motiviert. Wir sind sehr zufrieden mit dem neuen Konzept. Die Halle 11.0 bietet eine durchdachte, heterogene Mischung, die uns Ausstellern völlig neue Besuchergruppen zuführt. Die Ambiente wird in ihrer Funktion als die Leitveranstaltung der Konsumgüterbranche immer wichtiger. Im Geschenkebereich ist sie für uns die Hauptmesse des Jahres, vor allem für das internationale Geschäft. Das muss man Frankfurt einfach lassen: Hier geht das Kerngeschäft ab.“

### **Aussteller und Besucher sind zufrieden mit neuer Struktur**

Im Living- und Giving-Bereich stellte die Ambiente sich mit einer komplett neuen Struktur dar. Händler fanden Produkte für ihr Kernsortiment und hatten darüber hinaus die Möglichkeit, sich über passende Zusatzsortimente zu informieren und aktiv zu ordern – angelehnt an den weiterhin in aller Welt zunehmenden Trend zum

Ambiente  
Internationale Frankfurter Messe /  
International Frankfurt Trade Fair  
Frankfurt am Main, 8. bis 12. Februar  
2019

Concept Store. Im Dining-Bereich zeigte der Produktbereich Houseware & Storage erstmals in der neuen Halle 12 die angesagten Helfer für den Haushalt. Die strukturellen Neuerungen der Ambiente 2019 wurden von den Ausstellern und Besuchern positiv angenommen und brachten neue Besuchergruppen zu den Ausstellern in die einzelnen Hallen.



Die Partnerland Präsentation und die Ambiente Trends gehörten zu den Publikumsmagneten

### **Partnerland-Globus geht nach Hause**

Die Ambiente 2019 stand ganz im Zeichen von meisterhaften handwerklichen Arbeiten und Traditionen des Subkontinents, Bollywood und einer unglaublichen Vielfalt an köstlichen Speisen. In den vergangenen Jahren präsentierten sich insgesamt acht Partnerländer erfolgreich auf der Ambiente. Nun wird es Zeit für etwas Neues und der Partnerland-Globus geht zurück nach Hause. Doch auch 2020 bleibt das Thema „Die Welt zu Gast auf der Ambiente“ spannend. Denn die Weltleitmesse wird im nächsten Jahr ein Programm in neuem Gewand und mit außergewöhnlichem Design präsentieren.

### **HoReCa mit eigener Hallenebene in 2020**

Erstmals wird der Dining-Bereich zur Ambiente 2020 um eine eigene Hallenebene für Aussteller der Hotel-, Restaurant- und Catering-Branche (HoReCa) erweitert. Damit unterstreicht die Weltleitmesse für Konsumgüter ihre Position als wichtiger internationaler HoReCa-Handelsplatz für all das, was im Gastraum eine wichtige Rolle spielt, und gibt diesem Segment in der Halle 6.0 zukünftig mehr Raum innerhalb der Veranstaltung mit dem neuen HoReCa-Forum.

Die nächste Ambiente findet vom 7. bis 11. Februar 2020 statt.

### **Hinweis für Journalisten:**

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

### **Presseinformationen & Bildmaterial:**

[www.ambiente.messefrankfurt.com/journalisten](http://www.ambiente.messefrankfurt.com/journalisten)

### **Ins Netz gegangen:**

[www.facebook.com/ambientefair](https://www.facebook.com/ambientefair) | [www.twitter.com/ambiente](https://www.twitter.com/ambiente)  
[www.instagram.com/ambientefair](https://www.instagram.com/ambientefair) | [www.ambiente-blog.com](http://www.ambiente-blog.com)

Ambiente  
Internationale Frankfurter Messe /  
International Frankfurt Trade Fair  
Frankfurt am Main, 8. bis 12. Februar  
2019

**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 4.451 Aussteller den 136.000 Fachbesuchern aus 166 Ländern fünf Tage lang ihre Produktklassiker und Innovationen. Die bedeutendste globale Konsumgütermesse bietet gleichzeitig eine Vielzahl an Events, Nachwuchsprogrammen, Trendinszenierungen und Preisverleihungen.

### **Hintergrundinformation Messe Frankfurt**

Messe Frankfurt ist der weltweit größte Messe-, Kongress- und Eventveranstalter mit eigenem Gelände. Mehr als 2.500\* Mitarbeiter an 30 Standorten erwirtschaften einen Jahresumsatz von rund 715\* Millionen Euro. Mittels tiefgreifender Vernetzung mit den Branchen und eines internationalen Vertriebsnetzes unterstützt die Unternehmensgruppe effizient die Geschäftsinteressen ihrer Kunden. Ein 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](http://www.messefrankfurt.com)

\* vorläufige Kennzahlen 2018

Ambiente  
Internationale Frankfurter Messe /  
International Frankfurt Trade Fair  
Frankfurt am Main, 8. bis 12. Februar  
2019