

Pressemitteilung

Oktober 2019

Giving auf der Ambiente 2020: voller individueller Lebensstile

Anil Öt
 Tel. +49 69 75 75-6643
anil.oet@messefrankfurt.com
www.messefrankfurt.com
www.ambiente.messefrankfurt.com

Für jeden Lebensstil, zu jedem Anlass und für jedes Budget: Auf der Ambiente 2020 finden Lifestyle-orientierte Einzelhändler Antworten auf die branchenübergreifenden Giving-Trends der Zukunft. Nach einer erfolgreichen Neustrukturierung des Bereichs wird zum kommenden Jahr die stilistische Aufteilung in die Bereiche Urban Gifts und Gift Ideas fortgesetzt. Zusätzlich bietet das Global Sourcing in der Halle 9.3 mit einer Vielzahl an exporterfahrenen Ausstellern aus aller Welt die ideale Plattform zum Abschluss großvolumiger Geschäfte.

Welche Facetten hat heutzutage das Schenkverhalten? Welche Giving-Ideen treffen in Zeiten von Digitalisierung und Urbanisierung den Puls der Zeit? Von Papeterie, technischen Gadgets, Office-Artikeln über dekorative und persönliche Accessoires bis hin zu Schmuck ist die Ambiente 2020 die Antwort auf die Giving-Trends der Zukunft. Mit rund 800 Ausstellern und der größten Dichte an branchenübergreifenden Produkten ist Giving einer der vielfältigsten Produktbereiche. Für Lifestyle-Händler ist die Ambiente damit gleichzeitig die weltweit größte Mehrbranchenmesse und bietet Einkäufern die Möglichkeit, für jede Zielgruppe, jeden Anlass und jedes Budget das passende Sortiment zusammenstellen zu können.



Branchenübergreifende Vielfalt, vielfältige Zielgruppen: der Giving-Bereich

Diese Vielfalt hat große Vorzüge für die Branche – denn die Ausgaben der Deutschen für Geschenke stiegen laut HDE 2018 in Deutschland auf rund 472 Euro pro Person an. Gleichzeitig sind Endkunden und Lebensstile heutzutage individueller wie noch nie zuvor. Welche Zielgruppe kauft wo ihre Geschenke? Wie kann man die Lust am Schenken noch weiter fördern? Wer sind die aussichtsreichsten

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

Zielgruppen und welche Produkte sind je nach Lebensstil genau die richtigen? „Auf der Ambiente zeigen sich die Trends der Konsumgüterwelt. Das erfordert insbesondere bei einem so branchenübergreifenden Produktbereich wie Giving ein klares Konzept, das breit gefächert eine Vielzahl an Zielgruppen abdeckt und dabei effizient organisiert ist. In 2019 gelang es uns, für den Produktbereich erfolgreich den Trend des Concept Stores aufzugreifen und Giving-Brands stilistisch in die Bereiche Urban Gifts und Gift Ideas aufzuteilen. Händler konnten somit noch zielgerichteter Neuheiten entdecken und bei der strategischen Auswahl des Zusatzsortiments feststellen, ob das Produkt zur Identität der Firma passt“, so Yvonne Engelmann, Leiterin Living und Giving.

Halle 11.0: Urban Gifts für jeden Lebensstil

Die Urban Gifts-Halle 11.0 erfüllt mit ihren trend- und designorientierten Geschenkartikeln kleine und große Träume. Einige Verbraucher bevorzugen Geschenke aus hochwertigen Materialien. Andere haben eine Vorliebe für funktionales Design. Und wieder andere möchten die Geschichte hinter einem Produkt und die Größe des ökologischen Fußabdrucks wissen. Kaufentscheidungen werden achtsamer gefällt – denn Konsum ist für immer mehr Menschen zu einer Frage der Haltung geworden.

Das macht das Schenken umso spannender und die Ambiente für Giving-Händler – von Concept Store-Inhabern, Lifestyle-, Deko- und Accessoires-Händlern bis hin zum klassischen Geschenkehandel – zum Can't Miss-Event, um die Lust am Schenken noch mehr zu fördern. In der Halle 11.0 gibt es eine Reihe an Neuausstellern, die dieses Potenzial in unterschiedlichsten Facetten ausschöpfen – beispielsweise die Marke Legendär. Zur neuen Kollektion der Marke gehört der Einsatz hochwertiger und ungewöhnlicher Materialien: Die Dokumentenmappe HYDE ist aus bestem Sattelleder gefertigt, das nach traditioneller Handwerkskunst pflanzlich gegerbt wird.



Neuaussteller Legendär setzt mit Sattelleder auf Geschenkartikel aus hochwertigem Material

Auch die To-Go-Trinkflasche vom Neuaussteller Forrest & Love ist aus reinem Kupfer. Für Menschen mit einer Vorliebe für hochwertige Materialien ist das Edelmetall genau die richtige Wahl. Die mintgrüne COSMO-Powerbank aus dem Hause des belgischen Neuzugangs usbepower kombiniert hingegen ein 1 m langes, geflochtenes Stoffkabel mit einem Gummiball und ermöglicht es, die Länge für eine optimale Nutzung anzupassen – eine echte Alternative zu bisherigen Kurzkabel-Gadgets. Auch die Neuheiten etablierter Aussteller wie Räder oder der reflector von der litauischen Brand MARCH verstehen es, die richtigen

Ambiente
Internationale Frankfurter Messe /
International Frankfurt Trade Fair
Frankfurt am Main, 7. bis 11. Februar
2019

Produkte für das Leben in immer urbaneren Lebenswelten zu entwickeln. Wo in immer kleiner werdenden Wohnungen Platz und Stauraum zunehmend zum Luxus werden, ist das faltbare Etui „Guck Guck“ von Räder ein echter Stauraumhelfer für Brillenträger. Und der oreflector von der litauischen Brand MARCH leuchtet im Dunkeln und bringt Fahrradfahrer abends sicher durch die urbanen Straßen jeder Großstadt. Puristisch, aber auch verspielt im Detail sind hingegen die hochwertigen Ledertaschen von Volker Lang.

Zu den diesjährigen Rückkehrern gehören Familie von Quast, Pleasid to meet, No Gallery und der finnische Holz-Dekohändler Lovi.

Halle 11.1: Klassische Geschenke und geballter Branchencontent

In diesem Jahr steht die Gift Ideas-Halle 11.1 mit ihren klassischen Geschenkideen ganz im Zeichen des regionalen Handwerks. Neben etablierten Marken wie G. Wurm, Cepewa und Bellissima Creation stellt in diesem Jahr neu die spanische Schirm-Manufaktur Rusqué aus. Das Familienunternehmen war lange Zeit der einzige spanische Hersteller von Regen- und Sonnenschirmen und bespielt in seinen Marken die gesamte Klaviatur des Farbkreisels. Heimatgefühl trifft auch bei der Kuckucksuhr-Manufaktur Trenkle auf knackige Farben: Das Familienunternehmen lässt in ihrer ExS-Linie Handwerksarbeit mit knalligen Farben kollidieren. Die Schilderuhr mit Kukulino-Quarzwerk ist eine echte Liebeserklärung an den Schwarzwald. Die Manufaktur ist in diesem Jahr Teil des neuen Souvenir & Collectables-Areal „Sweet Memories“. Hier stellen über 35 regionale Giving-Manufakturen ihre Souvenir-Geschenke aus – mit Erinnerungen aus dem Erzgebirge, Toledo, Istanbul und Bethlehem.

Ein weiteres Highlight der Halle 11.1 zur kommenden Ambiente ist die Ambiente Academy. Neben einem zusätzlichen Standort in der Halle 9.1 erwarten Besucher hier zahlreiche Brancheninsights aus dem Bereich Retail, Point of Sale, Brandbuilding und E-Commerce. Für Giving-Händler ist die Academy die Wissens- und Austauschplattform, um Verbraucher mit kreativen Konzepten vom stationären Geschenkekauf zu überzeugen, inspirierende Alternativen zum Verschenken von Bargeld aufzuzeigen – und ihre jüngste Zielgruppe noch besser zu verstehen. Denn am Messesamstag wird Dr. Steffi Burkhart zu Erwartungen der Generation Y und Z referieren und Giving-Händlern ein besseres Verständnis für das Mindset junger Einkäufer geben – eine Zielgruppe, die für achtsameren und aktiveren Konsum steht und auf digitale Vernetzung und individuelle Ansprache Wert legt. Aber auch Fachbesuchern aus anderen Handelsbereichen gibt die Academy wertvolle Impulse. Nonfood-Händler erfahren im Vortrag „Food is the new shopping“ von Achim Fringes, wie sich Nonfood und Food am PoS elegant vereinen lassen – und stoßen bei der Gelegenheit in der Halle sicher auf das perfekte Giving-Produkt für ihr Zusatzsortiment.

Global Sourcing in der Halle 9.3 und 9.2

Im Global Sourcing Giving in der Halle 9.3 erwartet Giving-Volumeneinkäufer eine Vielzahl an exporterfahrenen Ausstellern aus der ganzen Welt. Im Rahmen von Gemeinschaftsständen präsentieren Anbieter aus den Philippinen, Vietnam, Malaysia, Kenia, Tansania, Guatemala und weiteren Ländern ihre industriell und handgearbeiteten

Ambiente
Internationale Frankfurter Messe /
International Frankfurt Trade Fair
Frankfurt am Main, 7. bis 11. Februar
2019

Waren. Importeure und Großhändler, die in großen Volumen einkaufen wollen, finden hier Geschenkartikel und handwerkliche Produkte aus der ganzen Welt. Mit weiteren auf Sourcing spezialisierten Händlern aus der Mongolei, Simbabwe und Guatemala ist das Global Sourcing in der Halle 9.3 eine der internationalsten Hallen der Ambiente. Ein Besuch in der Halle 9.2 lohnt sich ebenfalls, um sich auch hier vom Sortiment an geschenkfähigen Dekoartikeln und Ethical Style-Produkten inspirieren zu lassen.

In diesem Jahr fördern Hilfsorganisationen wie die World Fair Trade Organization (WFTO) oder die United Nations High Commissioner of Refugees (UNHCR) ausgewählte Aussteller – dieses Jahr aus Afrika, Hong Kong, Palästina und weiteren Nah-Ost-Ländern. Zudem erwartet Besucher ein Areal aus südkoreanischen Startups mit Fokus auf dem B2B-Markt.

Die Ambiente 2020 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

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

Ambiente
Internationale Frankfurter Messe /
International Frankfurt Trade Fair
Frankfurt am Main, 7. bis 11. Februar
2019

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

Hintergrundinformationen 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 718 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