

Pressemitteilung

Februar 2020

Ambiente 2020: Wachstumsmarkt Hospitality zieht mehr Aussteller nach Frankfurt

Patricia Fritzsche
Tel. +49 69 75 75-6087
Patricia.Fritzsche@messefrankfurt.com
www.messefrankfurt.com
www.ambiente.messefrankfurt.com

Nach einem Jahr geprägt von Konjunkturabkühlung, globalen Handelskonflikten und unter dem Eindruck des jüngst aufgetretenen Corona Virus-Ausbruchs erwartet die deutsche Wirtschaft auch 2020 keine großen Veränderungen. Trotzdem ist der Privatkonsum auf einem so hohen Niveau, dass von einer Stimmungsverschlechterung der Konsumenten im Moment noch wenig zu sehen ist. Gute Voraussetzungen also für eine erfolgreiche Ambiente in Frankfurt, sei es im ethischen Konsum, in der Objektausstattung oder beim Trendshopping.

Die Ambiente ist vom 7. bis 11. Februar 2020 der Dreh- und Angelpunkt für das, was die Konsumgüterindustrie bewegt. Insgesamt präsentieren 4.635 Aussteller¹ aus 93 Ländern² auf einer Fläche von 310.240 Bruttoquadratmetern³ die angesagten Trends. 85 Prozent der Ambiente-Aussteller kommen aus dem Ausland. „Gewachsen ist die Ambiente vor allem im Bereich Dining, gerade das Thema Hospitality ist weltweit ein Wachstumsfeld – und das bei einem unglaublichen Tempo in den letzten Jahren“, sagt der Geschäftsführer der Messe Frankfurt, Detlef Braun.



HoReCa/Front of House – der Wachstumsmarkt auf der Ambiente

„Studien sprechen über Zuwachsraten beim privaten und geschäftlichen Reisen von bis zu 50 Prozent in diesen Märkten im Zeitraum 2010 bis 2017 – Tendenz weiter steigend. Dieses Wachstumspotenzial haben wir erkannt und unsere Hospitality-Kompetenz und unser -Angebot stringent

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

ausgebaut“, so Braun weiter. Die Weltleitmesse bildet in den Bereichen Dining, Living und Giving das gesamte Konsumgüterspektrum der Branchen gedeckter Tisch, Küche, Wohnen und Schenken ab. Anfang 2019 vernetzten sich hier 136.081 Besucher aus 168 Ländern. Auf der Ambiente lancieren Marken Produktneuheiten, setzen Designer Trends, treffen sich Entscheider und ordern Händler für die gesamte Saison. Bezogen auf den Corona-Virus-Ausbruch sagt Braun: „Nach aktueller Einschätzung der Behörden besteht für Veranstaltungen auf dem Gelände der Messe Frankfurt zufolge keine Gefährdung. Jedoch können Firmenvertreter aus von den chinesischen Behörden mit Quarantäne belegten Gebieten wie Wuhan und Hubei derzeit nicht nach Frankfurt reisen. Wir erwarten daher eine rückläufige Anzahl von chinesischen Ausstellern zu den zuvor erfolgten Anmeldungen.“

Konjunktur in Zahlen

Die Einschätzung der gesamtwirtschaftlichen Lage Deutschlands verschlechterte sich zusehends über das letzte Jahr. Insgesamt gesehen ist derzeit aber noch keine gesamtwirtschaftliche Rezession zu befürchten: Nach nur 0,5 Prozent im Jahr 2019 dürfte das Bruttoinlandsprodukt laut ifo-Konjunkturbericht im Jahr 2020 um 1,1 Prozent zulegen. Der Privatkonsum ist allerdings auf einem so hohen Niveau, dass von einer Stimmungsverschlechterung der Konsumenten im Moment noch wenig zu sehen ist. Sie ist robust und unverändert stark. Privater und staatlicher Konsum sind die konjunkturellen Treiber. Der Einzelhandelsumsatz wächst und nach Einschätzung des Hauptverbandes des Einzelhandels (HDE) ist von weiterem Auftrieb auszugehen. Vor dem Hintergrund des expansiven 2019er Rahmens mit Fortsetzungschancen haben sich die Ambiente-typischen Segmente gut präsentiert. Zusammen immerhin ein Volumen von 28,58 Mrd. Euro umfassend, kann sich die durchschnittliche Wachstumsrate von plus 2,0 Prozent sehen lassen. Immerhin blieb eine reichlich gute halbe Umsatzmilliarde zusätzlich in den Kassen des Handels. Insgesamt und über alle Branchen hinweg bleibt es weiterhin herausfordernd. Wie bereits in den letzten Jahren sind die Konsequenzen für den Einzelhandel weiter uneinheitlich. Online- und kapitalkräftige Anbieter stehen gut da, während der kleinbetriebliche Handel weiter auf dem Rückzug ist. Das Ladensterben geht weiter. Einzelne Studien prognostizieren weitere 50.000 Geschäftsschließungen in diesem und im kommenden Jahr. Die Konsumgütermärkte wachsen derzeit in der Regel fast ausschließlich Online oder in sinnvoller On-/Offlinekombination. Das pure stationäre Geschäft fällt zurück. Trotzdem steht der Einzelhandel insgesamt gut da.

Wachstumsmarkt HoReCa

Die Ambiente hat sich innerhalb des HoReCa-Geschäfts ein klares Alleinstellungsmerkmal erarbeitet, das mit der Eröffnung der neuen HoReCa-Halle 6.0 noch mehr Gewicht erhält: Sie ist die führende internationale Plattform für das Front of House-Geschäft und die perfekte Anlaufstelle für nationale und internationale Entscheider im Hospitality-Segment, seien es Hotelketten, Cruiselines, Airlines oder Cateringunternehmen. Der Hospitality-Markt wächst weltweit. Umso wichtiger ist es, Branchen-Insights des Front of House-Bereichs nicht nur aus erster Hand, sondern aus so vielen globalen Perspektiven wie

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

möglich zu beleuchten. Die HoReCa Academy widmet sich genau dieser globalen Betrachtungsweise von Trends und Entwicklungen im Gastraum. Die Zusammenstellung der Speaker ist aus diesem Grund sehr international ausgerichtet und reicht von Topreferenten aus Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Hongkong/China, den Niederlanden bis hin in die USA. Internationale Referenten wie Maham Anjum, Joe Cheng, Ido Garini, Adam D. Tihany, Jozef Youssef oder Dr. Francesca Zampollo werden sich schwerpunktmäßig mit der Bedeutung des Themas Front of House befassen und die Teilnehmer mit Trends sowie Branchen-Insights aus erster Hand versorgen. Die Front of House-Rolle der Ambiente geht sogar über die reine Schnittstelle von Hospitality und Gedecktem Tisch hinaus. Auf der Ambiente haben Einkäufer aus der Hospitality-Branche die einzigartige Chance, Produkte für Front of House gleichzeitig aus den HoReCa- und aus den Lifestyle-Kollektionen der Living- und Giving-Aussteller zu ordern. In beiden Bereichen stehen Besuchern außerdem Guides zur Verfügung, die die Navigation durch die Hallen erleichtern und sämtliche Aussteller auflisten, die Produkte für das HoReCa- und Contract Business-Geschäft führen.

Focus on Design zeigt Designhighlights aus Brasilien

Mit der Sonderpräsentation Focus on Design rückt die Ambiente zum ersten Mal außergewöhnliche Produkte aus Brasilien ins Scheinwerferlicht. Einer Designnation, die für ein markantes modernistisches Design steht, aber bisher eher den Profis ein Begriff war. Fünf unterschiedliche brasilianische Designstudios zeigen in der Galleria 1 ihre Kreationen mit eigener Gestaltungsidentität. Dabei nutzen sie die Ambiente als globale Plattform, um das brasilianische Design in all seinen Facetten international bekannter zu machen.



Die Trendpräsentation auf der Ambiente

Wissen ermöglicht Zukunft

Das exklusive Rahmenprogramm der Ambiente greift aktuelle Themen wie die Trendpräsentation von bora.herke.palmisano in der Galleria 1 auf. Zukunftsweisende Trends werden analytisch kondensiert und orderbereit zur Schau gestellt. Einen Blick in die Zukunft der Konsumgüterbranche bietet die Ambiente Academy. Renommiertere Experten diskutieren an allen fünf Messetagen auf der Ambiente Academy in der Halle 9.1 – und neu auch in der Halle 11.1. – über aktuelle Trends, spannende Konzepte und geben nützliche Praxistipps.

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

Der Megatrend Nachhaltigkeit nimmt weiter an Fahrt auf. Das spiegelt auch der Ethical Style Guide zur Ambiente wider. 2020 präsentiert das kuratierte Verzeichnis 314 Aussteller aus 49 Ländern, die nach ökologischen und gesellschaftlich verträglichen Kriterien produzieren. Das sind insgesamt 27 Prozent mehr als im Vorjahr. Der Ethical Style Guide, der auf Hersteller nachhaltiger beziehungsweise ethisch erzeugter Konsumgüter hinweist, ist ein wichtiger Bestandteil des Rahmenprogramms. Auf der Suche nach originellen Produktideen sind Einkäufer bei den Talents- und Next-Arealen richtig. Dort werden zeitgenössische Entwürfe und Kreationen junger und noch unbekannter Designer in den Bereichen Dining in der Halle 4.0 und Interior Design in der Halle 8.0. gezeigt.

→ [Ambiente Events](#) DT

→ [Ambiente Events](#) EN

Ausgezeichnet

Die Ambiente bietet auch 2020 den Rahmen für zahlreiche namhafte Preisverleihungen. Der German Design Award wird am ersten Messetag verliehen. Besucher können sich die ausgezeichneten Produkte in einer eindrucksvollen Ausstellung anschauen. Mit seiner Sonderpräsentation Solutions zeigt Sebastian Bergne jährlich auf der Ambiente den ungebrochenen Innovationsgeist der Küchen- und Haushaltsbranche. Die diesjährige Auswahl an durchdachten und nützlichen Produkten wird mit erklärenden Videos im Foyer der Halle 4.0 ausgestellt. Der Kücheninnovationspreis und der Plagiarismus-Negativpreis für Produktpiraterie werden ebenfalls im Rahmen der Ambiente vergeben. Auch der Tableware International Awards of Excellence, eine Auszeichnung für Produkte des gedeckten Tisches, die funktional, schön oder originell sind und eine Geschichte erzählen, wird wieder verliehen. Die Gewinner werden im Rahmen der Ambiente bekannt gegeben. Nach dem großen Erfolg der ersten Ausgabe würdigt der Dineus erneut am ersten Messetag herausragende Produkte und Projekte aus dem gesamten Spektrum der Tischkultur.

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

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,

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

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