

Pressemitteilung

November 2019

HoReCa-Boom: Was bewegt den Markt? Interview mit Thomas Kastl

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

Hotels und Restaurants sehen rosigen Zeiten entgegen. In globalen Hotspots wie London, Mumbai oder San Francisco eröffnet ein Restaurant nach dem nächsten. Globale Events wie die Expo 2020 in Dubai oder die Olympischen Spiele 2020 in Japan kurbeln das Hospitality-Wachstum in Asien an. Thomas Kastl, Leiter Dining, erklärt, wie sich aufgrund des globalen HoReCa-Booms Ansprüche von Gästen an Gastgeber ändern – und was die Weltleitmesse Ambiente zum einzigartigen HoReCa-Marktplatz macht, um dieses Potenzial zu heben.

Interviewpartner: Thomas Kastl, Leiter Dining



Thomas Kastl, Leiter Dining

1. Die Hospitality-Branche boomt: 2018 verzeichnete laut einer aktuellen Studie von PwC Strategy& der globale Restaurant-Markt einen Umsatz von 1,6 Billionen US-Dollar. Bis 2022 wird das Wachstum um mehr als ein Drittel ansteigen. Auf den ganzen Food Service-Markt betrachtet ist der Umsatz sogar doppelt so groß. Auch die Hotellerie-Branche freut sich über Wachstum: Laut Datenexperte STR ist die globale Anzahl an Zimmern innerhalb der vergangenen zehn Jahre um 17,7 Prozent gewachsen. Die Tourismusbranche blickt aktuell laut IPK International auf globale Umsatzwachstüme von stolzen 8 Prozent. Überraschen Sie diese Zahlen?

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

Thomas Kastl:

Das sind natürlich großartige Aussichten für die HoReCa-Branche – und gleichzeitig Herausforderungen. Denn Restaurants und Hotels stehen vor der Aufgabe, dieses Potenzial zu heben. Wo die Nachfrage groß ist, steigt die Konkurrenz und damit die Ansprüche der Gäste. Überraschen tun mich diese Zahlen nicht. Als globale Leitmesse ist es unsere Aufgabe, die Stimmung der Branche wahrzunehmen. Das Wachstumspotenzial des HoReCa-Bereichs haben wir früh erkannt und stetig unsere Hospitality-Kompetenz ausgebaut. Heute hat sich die Ambiente innerhalb des HoReCa-Geschäfts ein klares Alleinstellungsmerkmal erarbeitet, das mit der Eröffnung der neuen HoReCa-Halle 6.0 noch mehr Gewicht bekommt: Die Ambiente ist die führende internationale Plattform für das Segment „Front of House“. Dieses Segment ist auf anderen HoReCa-Veranstaltungen verschwindend klein. Gleichzeitig zeigen die Zahlen vor allem eins: 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 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 aus dem Stand heraus international und reicht von Topreferenten aus Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Hongkong, den Niederlanden bis hin in die USA.

2. Ist diese von ihnen beschriebene Positionierung vor allem auf den hohen HoReCa-Internationalitätsgrad der Ambiente sowie auf ihre weltweit führende Rolle in der Produktgruppe Dining zurückzuführen?**Thomas Kastl:**

Ja – allerdings nicht nur. Produktgruppenübergreifend betrachtet geht die Front of House-Rolle der Ambiente sogar über die reine Schnittstelle von Hospitality und Gedecktem Tisch hinaus. Möglich macht dies neben zahlreichen HoReCa- auch die wachsende Anzahl an Contract Business-Ausstattern im Living- und Giving-Bereich. Ob Küchenchefs, Entscheider aus dem Hotel- und Gaststättengewerbe, professionelle Einkäufer, Innenarchitekten, Designer oder Gastronomen – die Inspiration für HoReCa-Einkäufer endet auf der Ambiente nicht bei der Auswahl des Table Top. Auch die Lifestyle-Kollektionen rund um Möbel, Dekoration, Leuchten oder Textilien geben reichlich Impulse für einzigartige Front of House-Konzepte. Diese Kombination gibt es in dieser Qualität nur in Frankfurt auf der Ambiente. Eine Übersicht über Aussteller, die sich auf Hospitality- oder Contract Business-Lösungen spezialisieren, gibt der Contract & HoReCa Guide. Der Guide liegt auf der Veranstaltung aus und listet spezialisierte Unternehmen mit Standortangabe auf. Auch vor der Messe können gezielt Anbieter über die Online-Ausstellersuche gefunden werden.

Zudem blickt die neue Halle 6.0 mit ihren vielfältigen Produktkategorien im wahrsten Sinne des Wortes über den Tellerrand. Denn Erlebnis beginnt bereits bei ausgefallenen Menükarten und innovativer Tischbeleuchtung. Von Chafing-Geschirr über Leinenservietten, Tischläufern, bis hin zu Menükarten und Personalbekleidung bietet die Halle Fachbesuchern ein zusätzliches konzentriertes HoReCa-Angebot.

Ambiente
Internationale Frankfurter Messe /
International Frankfurt Trade Fair
Frankfurt am Main, 07. bis 11. Februar
2020

3. Sie sagen, dass der Boom Hotellerie und Gastronomie gleichzeitig vor Herausforderungen stellt. Warum?

Thomas Kastl:

Wenn Menschen immer häufiger auswärts essen, machen sie das aus Hunger – und zwar nicht nur auf Speisen, sondern auch auf Erlebnisse. Gleiches gilt fürs Reisen. Neben den bereits genannten Zahlen stiegen laut IPK 2018 sowohl die durchschnittliche Reisedauer als auch die Reiseausgaben. Damit sind Hotels und Gastronomie weltweit auf Wachstumskurs, stehen allerdings in sehr starker Konkurrenz untereinander. Menschen kommen immer mehr herum, erleben Best Practices, die sie begeistern. Damit steigen die Erwartungen – und zwar nicht nur im High-End-Segment, sondern auch beim Casual Dining. Auch hier ist der Hunger auf Statement setzende Inszenierungen groß. Wofür steht ein Konzept? Was für Werte wollen damit ausgedrückt werden? Auf welche Hospitality-Trends werden Antworten gegeben? Was macht ein Hotel oder ein Restaurant zum unverwechselbaren Gastgeber? Table Top ist die Leinwand für diese Geschichten: Es lässt Signature Dishes nicht nur lebendig werden. Es zeigt die Geschichte, Haltung und das unverwechselbare Etwas eines Konzeptes. Und ganz wichtig: Die richtige Auswahl zeigt, dass ein Restaurant oder Hotel die Trends der heutigen Zeit verstanden hat.

4. Können Sie konkrete Beispiele nennen, wie durch Table Top sowohl Storytelling praktiziert als auch auf Dining-Trends reagiert wird?

Thomas Kastl:

Table Top ist Teil des roten Fadens, der den Gast durch das Hospitality-Konzept eines Hotels oder eines Restaurants leitet. Wenn ein Restaurant für regional-heimische Küche steht, kann organisches Design Menschen auch mitten in der Großstadt das Gefühl von Entschleunigung geben. Ein Beispiel ist die Kollektion „Vago“ unseres Ausstellers Bonna. Jedes Stück der Serie wirkt so, als wäre es ein handwerkliches Unikat und unterstreicht hierdurch das heimische Gefühl von Wärme und Authentizität – ohne dabei die wichtigsten Ansprüche an HoReCa-Table Top zu vernachlässigen: Stapelbarkeit, Langlebigkeit und vielseitige Einsatzmöglichkeiten.



Ambiente
Internationale Frankfurter Messe /
International Frankfurt Trade Fair
Frankfurt am Main, 07. bis 11. Februar
2020

Die Porzellanmanufaktur Bonna stellt auf der kommenden Ambiente in der neuen HoReCa-Halle aus

Die richtige Auswahl kann auch das kulturelle Verständnis von Inszenierung widerspiegeln. Gerade in China, Russland oder dem rasant ansteigenden Hospitality-Markt im Nahen Osten gehen emotionalisierende Gasterlebnisse oft mit opulentem Table Top einher. Die Kollektion „Orsay“ des französischen Ausstellers Deshoulières ist ein Beispiel für die goldene Ausstattung einer solch noblen Bühne.



Goldene Superlative: Die Orsay-Kollektion des französischen Ausstellers Deshoulières

Ob der Social-Media Post eines Locals im neuen Streetfood-Bistro oder der Gast eines 5-Sterne-Hotels, der mehrmals im Jahr in den Genuss von Premium-Catering kommt – unverwechselbar wird das Erlebnis nur, wenn es einzigartig ist. *Bespoke* – also maßgeschneidert – ist das Zauberwort der HoReCa-Branche. Von kleinen Details wie der Fingerabdruck des Chefkochs auf dem Teller bis hin zu Karaffen oder Etagere im Look der außergewöhnlichen Hotel-Fassade – die Nachfrage nach maßgeschneiderten Produkten ist insbesondere im High End-Segment sehr groß.

5. Sind das also die Ansprüche der HoReCa-Entscheider an Anbieter: unverwechselbares Design, das das individuelle Konzept des Hauses erlebbar macht?

Thomas Kastl:

Hier kommt die Herausforderung für Hersteller, die ihre Struktur auf die Ausstattung von Hotels, Restaurants oder Catering-Unternehmen ausgerichtet haben – denn es bleibt nicht nur bei dem Wunsch nach Individualität und Design mit Wow-Effekt. Funktionale Aspekte spielen im HoReCa-Bereich ebenfalls eine entscheidende Rolle. Jeden Tag wollen eine große Menge an Menschen bewirtet werden, mit wechselnden Wünschen und Locations. Dining-Produkte für HoReCa müssen stapelbar, platzsparend, vielfältig einsetzbar und höheren qualitativen Anforderungen der Nutzung, des Gebrauchs und der Pflege bzw. Reinigung gerecht werden. Die Ansprüche sind hoch – sowohl am Design als auch an der Qualität und Funktion der Produkte. Ein Beispiel, das ungewöhnliches Design und HoReCa-Ansprüche besonders gut vereint, ist die Schale „Medusa“ des Ausstellers Zieher. Die organisch geformte Schale wirkt wie ein Meeresgeschöpf, dessen Tentakeln in zahlreichen Bearbeitungsschritten geformt wurden. Filigran, überraschend, extravagant in der Präsentation und dennoch aus massivem Edelstahl – getreu dem Motto „robust but yet delicate“.

Ambiente
Internationale Frankfurter Messe /
International Frankfurt Trade Fair
Frankfurt am Main, 07. bis 11. Februar
2020



Perfekter Rahmen für Seafood aller Art: die Schale Medusa des HoReCa-Ausstellers Zieher

6. Warum ist die Ambiente genau der richtige Ort, um dieses Potenzial zu heben?

Thomas Kastl:

Die HoReCa-Branche ist so lebendig wie noch nie. Es gibt so viel Potenzial, aber auch so viele feine Details, die entscheidend sind, um mit dem eigenen Konzept dieses Potenzial heben zu können. Deswegen ist der persönliche Austausch zwischen HoReCa-Entscheidern und internationalen Herstellern für die Einrichtung von Hotellerie und Gastronomie so wichtig. Gespräch sind existenziell, um sich bilateral zu allen sensiblen Überlegungen persönlich auszutauschen – insbesondere mit Hinblick auf smarte Individualisierungsideen und klare Erwartungshaltungen in puncto Qualität. Denn nur über den Austausch untereinander kann verstanden werden, welche Einzelstücke wirklich der Seele des eigenen Konzepts entsprechen und den Erlebnishunger der Gäste stillen. Und nur vor Ort können Caterer mit allen Sinnen den unmittelbaren und praktischen Nutzens eines Produkts bewerten. Mit der neuen Halle 6.0 gestalten wir aktiv den HoReCa-Boom mit, geben diesem Segment zukünftig mehr Raum und unterstreichen als Weltleitmesse für Konsumgüter unsere Position als wichtigster internationaler HoReCa-Handelsplatz für all das, was im Gastraum eine wichtige Rolle spielt.

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

Ambiente
Internationale Frankfurter Messe /
International Frankfurt Trade Fair
Frankfurt am Main, 07. bis 11. Februar
2020

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. Mit der Halle 6.0 wird der Dining-Bereich der Ambiente ab 2020 um eine eigene Hallenebene für Aussteller der Hotel-, Restaurant- sowie Catering-Branche (HoReCa) erweitert und bietet damit ein zusätzliches, konzentriertes Angebot. Die Ambiente 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 2.500 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

Ambiente
Internationale Frankfurter Messe /
International Frankfurt Trade Fair
Frankfurt am Main, 07. bis 11. Februar
2020