

Pressemitteilung

Oktober 2021

## Visionäre Ideen. Naturhaft. Optimistisch und motivierend – die Ambiente Trends 22+

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

**Was kommt, was bleibt? Woran möchten Menschen jetzt anknüpfen? Die Experten vom Stilbüro bora.herke.palmisano haben in diesem Jahr ganz bewusst den Kontinuitäten zwischen den Trends nachgespürt und hieraus Themen entwickelt, die neben dem Entdecken neuer Designer auch die Bedürfnisse und Stimmungen der Menschen im Blick behalten. Visionäre Ideen, Nachhaltigkeit und Wertschätzung für Traditionen werden unseren Alltag über das Jahr hinaus prägen.**

Die Ambiente Trends sind breitgefächert und bieten einen Überblick über die gesamte Branche mit ihren Neuheiten. Recherchiert und kuratiert werden sie vom Stilbüro bora.herke.palmisano im Auftrag der Messe Frankfurt. Weltweit filtert das Stilbüro dafür die wegweisenden Einflüsse aus Design, Kunst, Architektur, Mode und Lifestyle. „Nach einer langen Zeit im Ausnahmezustand sind wir bereit für einen Aufbruch. Die letzten eineinhalb Jahre haben unser soziales und ökonomisches Verhalten grundlegend verändert. Das zeigt sich auch in den Ambiente Trends 22+. Sie unterstützen unsere Besucher darin, sich auf der Ambiente gezielt für das kommende Businessjahr vorzubereiten. Gleichzeitig bieten sie neue Perspektiven und wertvolle Impulse für das kommende Geschäftsjahr“, so Philipp Ferger, Bereichsleiter Consumer Goods Fairs der Messe Frankfurt.

Die Ambiente Trends 22+ präsentieren drei wegweisende Prognosen, die an vorige Themen anknüpfen und diese sinnvoll weiterentwickeln. Ausgehend von ähnlichen Bedürfnissen, aber unverwechselbar und eigenständig ausdefiniert. Das Plus symbolisiert, dass dieser Weg nicht abgeschlossen ist. Neue Perspektiven eröffnet remedy solving + clearing. Ein luftiges und leichtes Wohnthema, das mit innovativen Materialien die Zukunft einziehen lässt. Der Essenz des naturnahen Wohnens regelrecht auf den Grund geht identity knowing + making. Ursprünglich und archaisch fühlt sich dieses Thema an, das unserem Zuhause eine unverfälschte Identität verleiht. Von urbanen Lebensräumen und der neuen Lust an der Stadt ist lively improving + liberating inspiriert. Produkte mit künstlerischer Ausstrahlung, ausdrucksstarke Farben und mobile Möbel dynamisieren unsere Wohnumgebung. Der positive Wandel rückt in greifbare Nähe. Und wir können ihn aktiv mitgestalten.

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

## remedy solving + clearing

Wohnen in neuen Perspektiven: Wir möchten ein Zuhause, das uns mit innovativen Lösungen überrascht. Wohnen soll Freude und Genuss spenden sowie neue Perspektiven schaffen. Nicht nur für uns, sondern auch für die Welt, in der wir leben. Zugleich bleibt unser Zuhause der wichtigste Ruhepol, der erhellend wirken und neue Lebensfreude spenden soll. remedy solving + clearing weist mit biobasierten oder recycelten Materialien, futuristischen Oberflächen und luftig-leichten Farben den Weg in eine Wohnumgebung, die Freiheit als Befreiung von allem Schädlichen definiert. Ein luftiges und leichtes Wohnthema, das Wohlgefühl und Anregung verbreitet. Mal visionär in die Zukunft weisend, mal gezielt mit Illusionen spielend. Mit innovativen Materialien, die Nachhaltigkeit zum ‚new normal‘ werden lassen. Und mit transparenten Stoffen, schimmerndem Glanz und aufregend-futuristischen Farbverläufen. Für ein Zuhause, von dem aus wir voller Tatkraft neue Wege beschreiten.

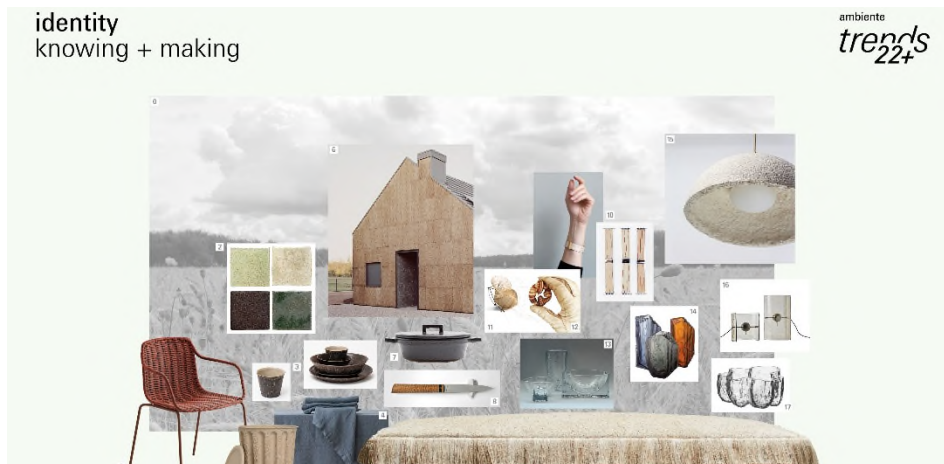


Trendwelt remedy solving + clearing

## identity knowing + making

Naturbelassenes Wohnen, ganz essenziell – In Zeiten unendlicher Optionen begreifen wir Wohnen ganz bewusst als Wiedereroberung von überliefertem Wissen und Können. identity knowing + making zeigt, wie zukunftsfähig eine solche Besinnung auf Bewährtes sein kann: Gestalter und Designer nehmen sich die Natur zum unmittelbaren Vorbild und verleihen unserem Zuhause eine unverfälschte Identität. So einfach und pur wie noch nie. Oberflächen und Materialien orientieren sich ganz nah an der Natur. Handwerkliches Wissen erhält eine völlig neue Wertschätzung. Nicht das Produkt allein interessiert uns, sondern auch die Art und Weise, wie und von wem es hergestellt wurde. Produkte aus handwerklicher Herstellung, lokal oder zum Beispiel in kleiner Auflage gefertigt, drücken Wertschätzung für überlieferte Kenntnisse und Traditionen aus. Alternative Materialien und naturbelassene Farbthemen betonen die tiefe Verbundenheit mit unserem Zuhause.

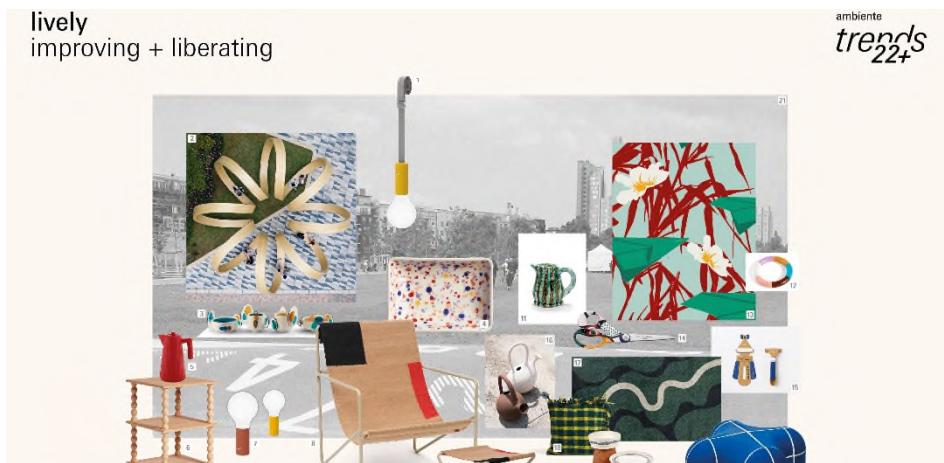
Ambiente, 11. bis 15. Februar 2022  
Internationale Frankfurter Messe /  
International Frankfurt Trade Fair  
Frankfurt am Main, 11. bis 15. Februar 2022



Trendwelt identity knowing + making

### **lively improving + liberating**

Wohnen für einen positiven Wandel: lively improving + liberating gibt unserem Zuhause eine neue Dynamik. Mit starken Farben, ausgeprägten grafischen Kontrasten und künstlerisch gestalteten Produkten verströmt lively improving + liberating anspornenden Optimismus und eine positive Ausstrahlung. Die Erweiterung unseres Zuhauses in den Stadtraum mit seinen Parks und öffentlichen Orten wirkt befreiend und belebend. Die Kreativität der Designer, Architekten und Künstler ist ansteckend. Unsere gemeinsame Mission: Wir möchten den Weg aus dieser schwierigen Zeit gemeinsam mit anderen beschreiten. Der Wandel ist sicht- und greifbar. lively improving + liberating vermittelt eine optimistische, positive Ausstrahlung. Sommerliche, leuchtende Töne bringen Wärme. Frische, klare Nuancen unterstützen die Vielseitigkeit dieses dynamischen Wohnthemas.



Trendwelt lively improving + liberating

Für die drei Themenwelten werden Produkte aus den Kollektionen der Ambiente-Aussteller ausgewählt und machen Zukunftstrends so durch konkrete Beispiele erlebbar. Einkäufer und Hersteller finden die Ambiente Trends 22+ auch digital auf der Microsite: [www.ambiente-trends.com](http://www.ambiente-trends.com).

Ambiente, 11. bis 15. Februar 2022  
Internationale Frankfurter Messe /  
International Frankfurt Trade Fair  
Frankfurt am Main, 11. bis 15. Februar 2022

Die nächste Ambiente findet vom 11. bis 15. Februar 2022 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)

**Hashtag:** #ambiente22

**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. 2020 wurde die Ambiente um eine eigene Hallenebene für Aussteller der Hotel-, Restaurant- sowie Catering-Branche (HoReCa) erweitert und ist damit die führende internationale Front of House-Plattform. Als globaler Contract Business-Hotspot verfügt die Ambiente zudem über eine ausgeprägte Ausrichtung auf das internationale Objektgeschäft. Die Ambiente ist der globale Treffpunkt für eine gesamte Branche. Aufgrund ihres in Breite und Tiefe konkurrenzlosen Produktangebots ist sie weltweit einzigartig. Auf der Ambiente 2020 zeigten 4.582 Aussteller aus 92 Ländern den rund 101.000 Fachbesuchern aus 158 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](http://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](http://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 2.450 Mitarbeitende im Stammhaus in Frankfurt am Main und in 29 Tochtergesellschaften weltweit. Das Unternehmen hat im Jahr 2020 einen Jahresumsatz von rund 257 Millionen Euro erwirtschaftet, nachdem das Jahr 2019 noch mit einem Jahresumsatz von 736 Millionen Euro abgeschlossen werden konnte. Auch in den schwierigen Zeiten der Corona-Pandemie sind wir mit unseren Branchen

Ambiente, 11. bis 15. Februar 2022  
Internationale Frankfurter Messe /  
International Frankfurt Trade Fair  
Frankfurt am Main, 11. bis 15. Februar 2022

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](http://www.messefrankfurt.com)