

ambiente

Zu Tisch, bitte: Ambiente 2022 serviert Dining-Trends und einzigartiges Messeerlebnis

Frankfurt am Main, November 2021. Dining ist auf der Ambiente 2022 die große Bühne für alles, was Kochen und den Haushalt leichter und das Essen schöner macht. Welche Highlights die weltweit größte Konsumgütermesse bietet und was Besucher sonst noch wissen müssen, verrät Thomas Kastl, Leiter Ambiente Dining, im Interview.



Thomas Kastl, Leiter Dining

1. Vom 11. bis 15. Februar 2022 zeigt die Ambiente die wichtigsten Themen der gesamten Konsumgüterpalette in den Bereichen Dining, Living und Giving. Endlich können Industrie und Handel wieder Messe erleben. Was bedeutet das für Sie und wie wird der Dining-Bereich aufgestellt sein?

Thomas Kastl:

Wir können es kaum erwarten, auf der Ambiente endlich wieder die globale Konsumgüterbranche zusammenzubringen. Mehr als 2.400 Aussteller aus 74 Ländern haben bereits ihre Teilnahme hier in Frankfurt verbindlich bestätigt und freuen sich auf das rege Treiben auf dem Messegelände. Mit 272.000 Bruttoquadratmetern wird das Gelände eine Auslastung von 87 Prozent im Vergleich zur letzten Veranstaltung im Jahr 2020 aufweisen. Um Sicherheitsabstände und Hygieneregeln einzuhalten, wird die Hallenplanung aber etwas großzügiger und die Gänge teilweise breiter sein als früher, um sich dort freier bewegen zu können. Der Dining-Bereich erstreckt sich auf der Ambiente

2022 über insgesamt 13 Hallenebenen. Besucher finden dort ein breites Spektrum an Lifestyle-Produkten für Tisch, Küche, Genuss, Haushalt und Hospitality. Alle Dining-Hallen werden in ihrer Grundstruktur wie gewohnt belegt sein und wir werden in der Halle 6.0 auch wieder eine eigene HoReCa-Halle haben.

Im Mittelpunkt steht im kommenden Februar vor allem eins: die persönliche Begegnung. Denn diese hat in den vergangenen Monaten sehr gefehlt. Gleiches gilt für das haptische Erleben der Produkte. In unserer Branche ist es aus meiner Sicht essentiell, Texturen, Farben und Co. mit den eigenen Sinnen wahrzunehmen. Damit Sie auf dem Frankfurter Messegelände auch in Pandemie-Zeiten sicher mit Ihren Geschäftspartnern zusammenkommen können, haben wir ein umfassendes Schutz- und Hygienekonzept ausgearbeitet. Messeteilnehmer müssen nach aktuellem Stand am Eingang einen aktuellen Impf- oder Genesenennachweis vorlegen. Darüber hinaus gibt es weitere Maßnahmen wie Online-Ticketing, 100 Prozent Frischluftzufuhr, großzügige Gestaltung von Hallen und Eingängen zur Einhaltung von Sicherheitsabständen sowie intensive Reinigungsmaßnahmen. Auch Standcatering und das beliebte Showcooking werden mit entsprechenden Hygieneregulungen möglich sein. Alle aktuellen Maßnahmen haben wir für Sie übersichtlich auf der [Ambiente-Website](#) zusammengefasst. Je nach Pandemielage können sich hier in Zukunft jedoch noch Änderungen ergeben.



Dining-Produkte auf der Ambiente

2. Die HoReCa-Branche wurde sehr hart von der Corona-Pandemie getroffen. Welche Rückmeldungen haben Sie von Ausstellern mit diesem Vertriebsweg erhalten und was bietet die HoReCa-Halle im kommenden Jahr?

Thomas Kastl:

Wir freuen uns sehr darüber, dass sich fast alle Aussteller der Halle 6.0 aus 2020 auch 2022 wieder angemeldet haben. Das kam fast etwas überraschend, ist aber ein umso tolleres Signal: Die HoReCa-Branche lebt und ist bereit für den Re-Start nach Corona. Zu den Unternehmen, die für die HoReCa-Halle fest zugesagt haben, gehören unter anderem BHS mit den Marken Bauscher und Schönwald, Bonna, Kütahya, Porland, RAK, Steelite sowie V&B Hospitality Dining & Lifestyle. Die 2020 neu eingerichtete Halle 6.0 war zu ihrer Premiere ein voller Erfolg und die perfekte Anlaufstelle für Entscheider im Hospitality-Segment – darunter Hotelketten, Restaurantbesitzer, Cateringunternehmen, Cruiselines und Airlines. Auch auf der kommenden Ambiente werden Aussteller dort ihre neuesten Kollektionen präsentieren und zu aktuellen Insights aus dem Front-of-House-Bereich

einladen. Darüber hinaus werden wir wieder eine HoReCa-Academy haben, in der Topreferenten einen fundierten Ausblick auf die relevanten Branchentrends liefern.

3. Zur kommenden Ambiente wird auch die Hallenplanung im Global Sourcing optimiert und angepasst. Was wird sich ändern?

Thomas Kastl:

Als Weltleitmesse und größte Sourcing-Plattform außerhalb Chinas möchten wir mit der neuen Hallenstruktur die richtigen Impulse und Inspirationen geben. Deshalb haben wir Global Sourcing wieder unter ein Dach gepackt: Der Bereich konzentriert sich auf die Halle 10 – von der Ebene 10.0 bis 10.3. Das hatten wir in der Vergangenheit schon einmal und wir werden damit wieder zu den kürzeren Wegen für die Einkäufer zurückkehren. Ein Grund dafür ist auch die relativ restriktive Reisepolitik Chinas und die dadurch reduzierte Teilnahmemöglichkeit chinesischer Aussteller. Einkäufer des Global Sourcing dürfen sich weiterhin auf sehr internationale Aussteller aus Übersee freuen. Wir haben bereits Anmeldungen aus Ägypten, Ghana, Indien, Indonesien, Nepal, Pakistan, Peru, Taiwan, Tunesien und aus der Türkei.

4. Wie sieht das Rahmenprogramm der Ambiente 2022 aus?

Thomas Kastl:

Das Rahmenprogramm bietet Besuchern auch zur kommenden Veranstaltung wieder zahlreiche Highlights, die man nicht verpassen sollte. So ermöglichen etwa die beiden Vortragsareale Ambiente Academy (Halle 9.0) und HoReCa Academy (Halle 6.0) Einblicke in aktuelle Marktentwicklungen und laden zum ausgiebigen Austausch ein. Clevere Küchen- und Haushaltshelfer, die uns das Leben einfacher machen, sind in der Sonderpräsentation Solutions im Foyer der Halle 4.0 zu sehen. Ebenso lohnt sich ein Besuch bei den Talents: Junge Designer auf dem Weg in den Markt zeigen auf den Talents-Arealen Arts & Craft (Halle 4.0) und Interior Design (Halle 8.0) ihre Produkte. Darüber hinaus ist die Ambiente 2022 wieder Schauplatz zahlreicher Preisverleihungen. Dazu zählen der German Design Award, der Kitchen Innovation Award, die Tableware International Awards of Excellence und der Plagiarius-Negativpreis für Produktpiraterie. Auch der Hessische Staatspreis für das Deutsche Kunsthandwerk wird dieses Mal auf der Ambiente verliehen.

5. Die Ambiente ist Trendsetter und Impulsgeber der Konsumgüterbranche. Als Marktplatz für Neuheiten präsentiert sie die Trends, auf die der Endverbraucher im Handel wartet. Worauf können sich die Besucher freuen?

Thomas Kastl:

Als internationale Leitmesse der Konsumgüterindustrie ist die Ambiente die ideale Plattform, um Neuheiten und Produkte international zu vermarkten, Innovationen zu sehen und Impulse zu bekommen. Ein solches Angebot findet man auf keiner anderen Konsumgütermesse. Neben den ästhetisch schönen und trendigen Produkten ist Nachhaltigkeit mit all ihren Facetten heute ein weltweites gesellschaftliches und

wirtschaftliches Kernthema mit enormer Bedeutung. Immer mehr Menschen werden achtsamer und kritischer beim Einkauf, sind gut informiert und fragen nach Herkunft, Herstellungsbedingungen sowie Materialien der angebotenen Produkte. Das zeigt sich seit einigen Jahren auch auf der Ambiente. Sie ist heute mit dem Special Interest „Ethical Style“ der internationale Handelsplatz für nachhaltig produzierte Konsumgüter. Ökologisch und sozial verträglich produzierende Aussteller können sich für Ethical Style bewerben. Diejenigen, die von einer unabhängigen Jury aus internationalen Experten ausgewählt werden, erhalten eine Ethical Style-Markierung in der Online-Ausstellersuche sowie eine Markierung an ihrem Stand vor Ort. Insgesamt gibt es sechs verschiedene Ethical Style-Kategorien, darunter ressourcenschonende Herstellung, faire Produktion sowie umweltfreundliche Materialien. Darüber hinaus nimmt MADE51 erneut im Rahmen einer Sonderpräsentation an der Ambiente 2022 teil. Die Initiative des Flüchtlingswerks der Vereinten Nationen (UNHCR) arbeitet zusammen mit Partnern aus der Wirtschaft daran, zukunftsfähige Existenzgrundlagen für geflüchtete Kunsthandwerker zu sichern.

6. Der digitale Austausch gehörte in den letzten Monaten zu unserem Alltag. Ist für die Ambiente 2022 eine ergänzende Online-Plattform geplant?

Thomas Kastl:

Ja, die Ambiente wird ab 2022 um zusätzliche digitale Angebote und Networking-Formate in Form der digital addition ergänzt. Besucher können sowohl live dabei sein als auch online netzwerken und die Messe-Highlights in Content-Streamings verfolgen. Internationalen Besuchern, die aufgrund der Reiserestriktionen nicht nach Frankfurt kommen können, ermöglicht die Ambiente digital addition so eine effiziente Vernetzung zu den Ausstellern vor Ort in Frankfurt. Damit gehen wir einen wichtigen Schritt in Richtung Zukunft und verlängern die Messedauer. Der digitale Austausch ist bereits eine Woche vor sowie zwei Wochen nach der Präsenzveranstaltung möglich. Darüber hinaus versorgen unsere Online-Plattformen [Nextrade](#) und [Conzoom Solutions](#) bereits seit 2019 die Konsumgüterbranche 365 Tage im Jahr mit branchenrelevanten Inhalten und bieten ein digitales Order- und Datenmanagement. Die direkte Orderfunktion über Nextrade wird in Zukunft noch attraktiver und interaktiver, denn der Ausbau der Showrooms in 3D sorgt für noch mehr Erlebnisshopping. Durch die digitale Begehrbarkeit gelangen Einkäufer ganz intuitiv und mit wenigen Klicks ans Ziel. Darüber hinaus wird Nextrade zur Ambiente 2022 erstmals ein Special Interest sein und bietet Besuchern dadurch einen zusätzlichen Nutzen.

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

Ins Netz gegangen:

www.facebook.com/ambientefair | www.twitter.com/ambiente
www.instagram.com/ambientefair | www.ambiente-blog.com

Hashtag: #ambiente22

**Ihr Kontakt:**

Anne-Kathrin Salajka

Tel.: +49 69 75 75-6221

anne-kathrin.salajka@messefrankfurt.com

Messe Frankfurt Exhibition GmbH

Ludwig-Erhard-Anlage 1

60327 Frankfurt am Main

www.messefrankfurt.com

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 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

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

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 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