

SCHLUSSBERICHT AMBIENTE
REKORD AUF DER BESUCHERSEITE – EINKÄUFER AUS 168 LÄNDERN MACHEN DIE AMBIENTE 2018 ZUR INTERNATIONALSTEN ALLER ZEITEN

Mit bester Stimmung geht nach fünf energiegeladenen Tagen die Weltleitmesse der Konsumgüterindustrie heute zu Ende. Fachbesucher aus mehr Ländern als je zuvor vernetzten sich, orderten für ihre Geschäfte die neuesten Produkte aus der ganzen Welt und holten sich Impulse für eine digitale Zukunft.



Foto: Pitro Sutera

Auf einer Fläche von 308.000 Bruttoquadratmetern [1] präsentierten 4.441 Aussteller aus 89 Ländern [2] die Trends des kommenden Geschäftsjahres. 81 Prozent [3] aller Aussteller kamen aus dem Ausland und machten die Ambiente zur internationalsten Konsumgütermesse aller Zeiten. Internationale Topentscheider aller Handelsformen waren um sechs Prozent stärker vertreten als vor einem Jahr und stellen damit erstmals 60 Prozent der Besucher. Das sorgte für gute Exportgeschäfte und beste Stimmung in den Hallen. Insgesamt 134.600 Einkäufer aus 168 Ländern [4] besuchten die Ambiente in Frankfurt am Main. Bedingt durch zum einen den Veränderungen in der deutschen Handelslandschaft als auch zum anderen der Parallelität mit Karneval und der Überlappung mit der Feriensaison in den südlichen Bundesländern, die sich aus dem internationalen Messekalender ergab, kamen erwartungsgemäß weniger Besucher aus Deutschland nach Frankfurt.

„Konsum ist in! Auf der Ambiente ist die ganze Welt zu Gast. Hier werden im Februar für die internationale Konsumgüterindustrie die Weichen für das ganze Jahr gestellt. Das belegen eindrucksvoll das Orderverhalten und die Qualität der deutschen und internationalen Einkäufer“, so Detlef Braun, Geschäftsführer der Messe Frankfurt GmbH. Auch Thomas Grothkopp, Hauptgeschäftsführer Handelsverband Wohnen und Büro e.V. (HWB) zieht ein positives Resümee: „Die Messe Ambiente hat wieder gezeigt: Der persönliche Kontakt mit bekannten und neuen Lieferanten und ihren Neuheiten ist durch nichts zu ersetzen. Die Messe in Frankfurt hat die Erwartungen des Fachhandels voll erfüllt!“

Die Top-Ten-Besuchernationen nach Deutschland waren Italien, China, Frankreich, USA, Großbritannien, Niederlande, Spanien, Türkei, Korea und die Schweiz. Bei den Besuchern blieben die Zufriedenheitswerte mit 96 Prozent stabil auf höchstem Niveau.

Überproportionale Besucherzuwächse gab es aus China und Korea, Russland, den nordafrikanischen Ländern, Südafrika und ganz Südamerika, der Türkei sowie dem Libanon und Zypern.

Ausstellerstimmen

Trotz leicht geringerer Besucherzahlen stimmten auf der Ambiente Besucherqualität und -frequenz. Darin waren sich die Aussteller der Messe einig.



Foto: Petra Welzel



Foto: Petra Welzel

Die Gäste sind andere, sie möchten sich emotionaler und als Privatmenschen angesprochen fühlen und das spiegelt sich in den Restaurants und Hotels sowie in den Speisen. Und das zeigt sich auch auf der Ambiente. Die Nachfrage ist da.“

Maren Lehmann, Director Internal Sales, Staatliche Porzellan-Manufaktur Meissen: „Die Ambiente 2018 lief sehr gut für uns, wir haben unsere Ziele erreichen können und deshalb

Dining

Birgit Dubberke, Bereichsleiterin Marketing, BHS Tabletop:

„Die Ambiente ist für uns hinsichtlich ihrer Internationalität immer wieder beeindruckend. Nicht nur bezogen auf die Aussteller, auch in Hinblick auf die Besucher. Sie ist der Treffpunkt der Branche. Hier erhält man wertvolle Kontakte zu Ländern, in die man sonst nicht kommen würde. In meinen Augen ist der HoReCa-Markt im Aufwind.“

sind wir zufrieden. Meissen hat sich neu aufgestellt, wir wollten zeigen, dass wir viel mehr können als nur Tradition, und das ist uns geglückt. Die Messe hat dafür eine sehr gute Bühne geboten. Auch die Organisation war super.“

Living

Alexander Haas, Vertriebsleiter, Scholtissek:

„Ob Architekten, Hotellerie oder Gastro – auf die Ambiente kommen die B2B-Besucher, die wir ansprechen möchten. Auch in diesem Jahr lief Contract Business wieder prima: Sowohl die Besucherqualität als auch die Frequenz hat gestimmt. Wir haben unsere Umsatzziele erreicht und sind zufrieden.“



Foto: Jean – Luc Valentin

Michael Rossmann, Geschäftsführer, PAD Home:

„Die Ambiente bietet ein internationales Publikum und einen sehr guten Standort. Wir bieten gute Stimmung auf dem Stand, schöne Produkte und engagierte Mitarbeiter. Deshalb lief es bei uns auf der Ambiente 2018 hervorragend. Was die Internationalität der Messe betrifft, war sie in diesem Jahr noch besser aufgestellt: Wir hatten ungewöhnlich viele Italiener am Stand und auch Argentinier und Südamerikaner und das ist ein Novum.“



Foto: Thomas Fedra

Giving

Rebecca Staton, Sales Managerin Frankreich & Deutschland, Jellycat:

„Die Messe lief für uns ziemlich gut. Das war schon letztes Jahr der Fall, wir sind daher zufrieden. Zwar wird viel geguckt, doch es wird auch gut geordert. Die Besucherqualität stimmt und auch die Internationalität. Frankreich war dabei, viel Deutschland, Luxemburg, die Schweiz und ein paar asiatische Länder. Auch die Anzahl der Neukunden, die wir gewinnen konnten, entsprach unseren Vorstellungen.“

Ralf Vogt, Eigentümer, Noi:

„Wir sind mit dem Ergebnis zufrieden. Die Ambiente lief gut für uns, unsere Kollektion kam sehr gut an und ist generell gefragt. Auch über die Orderbereitschaft und die Besucherqualität kann ich nicht klagen: Wer auf die Ambiente kommt, hat Orderbefugnis.“

Vaarwel Niederlande, Namaskar Indien!

Die Weltleitmesse stand 2018 ganz im Zeichen von Oranje. Die traditionelle Partnerlandpräsentation wurde vom niederländischen Industriedesigner Robert Bronwasser inszeniert.

DO DUTCH setzte Konsumgüter des Königreichs in einen neuen überraschenden Kontext. Am Partnerlandtag gab es darüber hinaus zahlreiche Aktionen und Events unter niederländischer Federführung. Als Ehrengast der Ambiente stand gestern Sylvie Meis im Zentrum aller Aufmerksamkeit. Die bekannte TV-Moderatorin und Unternehmerin, die selbst gebürtig aus dem Königreich stammt, entdeckte auf einer Tour durch die Messehallen modernes Design aus den Niederlanden und Deutschland. Im nächsten Jahr findet die Ambiente vom 8. bis 12. Februar 2019 ganz im Zeichen des Subkontinents statt.



Foto: Pitro Sutera

Quelle: Messe Frankfurt GmbH