

AMBIENTE, FRANKFURT

# Design, Kitsch und Nachhaltigkeit

*Von der sprechenden Geschenkbox über auserlesenes Design bis hin zum sozial engagierten Projekt: Die Frankfurter Ambiente bot wieder ein unglaublich breites Spektrum und machte ihrem Namen als weltgrößte Konsumgütermesse alle Ehre.*

Am Anfang gab es gleich Aufregung: Ein kleiner Schmorbrand mit östlichem Quirm sorgte erst einmal für eine Evakuierung der

Halle 6.1, viel Feuerwehr und staunende Menschenmassen. Zum Glück ist nichts passiert und schnell konnte man wieder den gewohnten Geschäften nachgehen, auch wenn sich so mancher Aussteller

plötzlich mit vorher nie gekannten Sicherheitsfragen konfrontiert sah. Denen konnte er sich auch ausführlich stellen, denn der Freitag lief ziemlich schleppend an. Doch bekannterweise wird am Schluss abgerechnet, und da zeigten sich die Beteiligten wieder einmal sehr zufrieden. Dem sehr breiten Produktportfolio an Konsumgütern, in dem es wieder viel Originelles zu entdecken gab, standen rund 150.000 internationale Fachbesucher gegenüber. Zum Angebot gehörten auch wieder unzählige Taschen, Lederartikel und Accessoires, deren Spannweite genauso groß ist wie bei allen anderen Produktbereichen der Ambiente: von hochwertigen Designer-taschen über kultige Umhängetaschen bis hin zu witzig-ironischen Zickentäschchen oder lustig-bunten Einkaufsrollen. So konnte der Interessierte leicht das ein oder andere Ergänzungsprodukt für sein Sortiment finden. Und das besser als auf der



**AMBIENTE FRANKFURT  
8.-12. FEBRUAR 2008**

4.590 Aussteller, davon 3.193 aus dem Ausland, stellen in den drei Bereichen Dining, Living und Giving aus.  
Ausstellungsfläche: 193.000 qm  
Rund 150.000 Besucher  
Die kommende Tendence findet erstmals im neuen Messeverbund „Decorate Life“ vom 4. bis 8. Juli 2008 statt. Dann laufen Tendence, Collectione und The Design Annual erstmals gleichzeitig.

Kameraden



Für Lederwarenfachhändler stellte die Ambiente auch dieses Mal eine gute Plattform dar, um originelle Produkte zur Sortimentsabrundung zu finden.

Düsseldorfer CPD, die diesmal zeitgleich veranstaltet wurde. Nur wenige der üblicherweise an beiden Messen teilnehmenden Firmen leisteten sich dafür Doppelstände, die anderen entschieden sich stattdessen für eine Absage in Düsseldorf. „Hier in Frankfurt finde ich ein ganz anderes, internationales Klientel als in Düsseldorf. Wenn ich mich entscheiden muss, dann ist die Ambiente für mich die wichtigere Messe“, fasste es ein Taschenvertreter stellvertretend für viele zusammen.

**Trends und Zeitgeist**

Auch dem Lederwarenhändler, der sich abseits der Taschenmode über kommende Trends informieren wollte, brachte der Besuch in Frankfurt sicher mehr. Denn unabhängig von der Mode lässt sich auf der Konsumgütermesse viel über den Zeitgeist erfahren. Mit „sinnlich, natürlich, schlicht“ beschreibt die Ambiente die neue Stilrichtung. Es gehe

um klare Formen mit deutlicher Botschaft, um das Ansprechen der Sinne und das Relaxen in jeder Lebenslage.

Dabei ist zum einen wieder eine starke Orientierung auf das Design zu spüren. „Hochwertig und durchdacht, statt vordergründig und billig“, könnte die Devise lauten. Das bringt dezente Eleganz und Luxus mit sich. Auch der Aspekt der Unikate gewinnt immer mehr an Bedeutung. Das Wechselbad der Stile



tasche Plastiktüten ersetzen. Auch Spenden von Verkaufserlösen an Bedürftige und soziale Projekte bei der Herstellung, wie z.B. für die Wiedereingliederung Langzeitarbeitsloser oder inhaftierter Frauen, finden sich zunehmend.

**Spaßfaktor Hausarbeit**

Und noch ein Trend ließ sich in den Hallen entdecken; nämlich der zu originellen Produkten im Haushalt, die den



zwischen warmen und kalten Farben und Materialien sorgt für Spannung bei den Kreationen. Zum anderen sind Natur und Natürlichkeit wichtige Aspekte bei Materialien, Farben und Verarbeitungen. Weitergeführt wird diese Entwicklung in den immer bedeutender werdenden Fragen nach Nachhaltigkeit und sozialer Gerechtigkeit. Und auf die haben viele Firmen inzwischen auch akzeptable Antworten zu bieten. Das können z.B. Taschen aus recycelten oder ökologisch angebauten bzw. hergestellten Materialien sein oder wiederverwendbare, leichte Tragetaschen und Einkaufsnetze, die klein zusammengelegt in der Hand-

alltäglichen Dingen einen gewissen Spaßfaktor bringen können. Das reicht von farben- und drossfrohen Haushaltsartikeln wie Nussknackern und Scheren, über blumenverzierte Hammer, Schraubenzieher und Kehrbesen bis hin zu langen Putzhandschuhen aus Gummi, deren Oberkante mit Perlen, Bändern, Rüschen oder Blumen verziert ein wahrer Hingucker sind. Und selbst das stille Örtchen hält noch so manches Deko-Potenzial bereit, wie eine Firma bewies, die Klebefolien für Klodeckel anbot. Das wohl originellste Dessin war wohl das mit dem Konterteil des amerikanischen Präsidenten nebst Schriftzug „Für'n Arsch!“