



Messe-Highlight 2007: die Ambiente in Frankfurt

Messe Frankfurt/Tanja Heß

Die Ambiente ist mit rund 4.600 internationalen Ausstellern und mehr als 140.000 Fachbesuchern die weltgrößte Konsumgütermesse. Für den Elektrofachhandel besonders interessant: die zunehmende Anzahl der Aussteller aus dem Bereich Elektrokleingeräte.

Dining ist die größte der drei Weltleitmessen mit mehr als 2.100 Ausstellern in diesem Jahr. Sie wartet mit der gesamten Produktpalette rund um den gedeckten Tisch, die Küche und Hausratsartikel auf und ist die wichtigste internationale Plattform, auf der die Branche dem internationalen Fachpublikum das neueste Design, Trends, innovative Materialien und technische Neuerungen präsentiert. Mit den Produktbereichen Tavola Select, Tavola Top Trade, Kitchen, Kitchen Trends, Houseware und Passage Table & Kitchen deckt sie ein umfassendes Portfolio ab.

Das Spektrum reicht hier von Glas, Porzellan über Keramik bis hin zu Besteck, Küchen- und Haushaltsprodukten sowie Elektrokleingeräten.

Anzahl der Elektrokleingeräte-Aussteller nimmt weiter zu

Die Elektrokleingeräte boomen. Das zeigt sich natürlich auch auf der Ambiente. Der noch relativ junge Produktbereich hat seit 2004 seinen festen Platz in der Weltleitmesse Dining. Seit dieser Zeit haben sich Ausstellierzahl und Fläche im Bereich Elektrokleinge-



Fotos Messgelände: Messe Frankfurt

räte verdreifacht. Ebenso wächst auch von Jahr zu Jahr die Zufriedenheit dieser Aussteller mit der Ambiente als der wichtigsten Plattform für ihre Top-Neuheiten. Mittlerweile stellen über 60 Elektrokleingeräte-Hersteller ihre Neuheiten auf der Ambiente vor. Darunter hochkarätige Firmen und Marken wie De'Longhi, Jura, Severin, Saeco, Bosch Siemens Hausgeräte, Salton und Nespresso.

Ihre Heimat finden sie je nach Schwerpunkt in den Hallen 9.1 und 8.0 sowie auf beiden Ebenen der Galleria. Das Besondere am Elektrokleingeräte-Auftritt



Foto: BSH

GAL.1 Stand A 01

Hans-Georg Winkel

Vertriebsleiter Siemens, Consumer Products

»Wenn – wie bei der Ambiente – neue Trends im Bereich Wohnen und Leben aufgezeigt werden, dürfen Siemens Kleingeräte nicht fehlen. Schließlich setzen unsere Innovationen jedes Jahr Meilensteine. 2007 präsentieren wir beispielsweise das weltweit erste Bügeleisen mit automatischer Temperaturregelung. Ebenfalls an der Spitze der Entwicklung stehen wir mit unseren neuen Staubsaugern. Wir inszenieren das mit einem überdimensional großen Saugrohr. Dadurch entsteht beim Betreten die Illusion, man würde in den Stand »hineingesaugt«.

A propos Sogwirkung: Wir stellen ein stark wachsendes Interesse an der Ambiente fest. Wir sind sehr zuversichtlich, dass Siemens Consumer Products auch eine Sogwirkung auf andere Hersteller haben werden.«

Roland Sommerkamp

Vertriebsleiter Bosch, Consumer Products

»Die Ambiente ist für den Kleingeräte-Bereich von Bosch zu einer der wichtigsten Neuheitenschauen überhaupt geworden. Unser Erfolgsrezept dabei ist die Kochshow welche die Kompetenz der Marke Bosch in Sachen Speisezubereitung mit prominenten Fernsehköchen unterstreicht: Auf der Galleria weithin sichtbar, sorgen Ralf Zacherl, Mario Kotaska und Stefan Marquard viermal täglich für Genuss und Unterhaltung. Jeweils die letzte Show des Tages gilt der hohen Kunst der Improvisation. Dann müssen die drei Profis nämlich aus den übrig gebliebenen Zutaten spontan ein Spitzen-Menü zaubern. Wir sind uns sicher, mit unserer Kochshow wieder eine Attraktion geschaffen zu haben, die ein breites Publikum an den Stand zieht und die unsere Kompetenz in Sachen kreative Küche eindrucksvoll unterstreicht.«



Foto: BSH

GAL.1 Stand A 01

Stefan Scheurer

Vertriebsleiter Jura Deutschland



Foto: Jura

Halle 9.1 Stand D 41

»Mit dem erweiterten Messestand, der in diesem Jahr eine Fläche von 154 Quadratmeter haben wird, nutzen wir auf der Ambiente die Möglichkeit, dem internationalen Fachpublikum unsere Premium-Marke Jura in einem großzügigeren Rahmen vorzustellen. Im Mittelpunkt unseres Messeauftritts steht die vor kurzem eingeführte Impressa J-Linie. Auf der Ambiente präsentieren wir dieses neue Design-Highlight erstmals einem internationalen Publikum. Natürlich sind auch wieder erstklassige Kaffeespezialitäten für die Besucher des Jura-Stands reserviert. Mit in das Standkonzept integriert wird die für den professionellen Gebrauch im Office- und Foodservice-Bereich entwickelte Impressa X-Linie.«



Foto: Melitta

Halle 9.1 Stand D 66

Wolfgang Rieber

Geschäftsführer Vertriebsgesellschaft Deutschland
Melitta Haushaltsprodukte

»Die Besucher der Ambiente erwarten zu Recht, dass Trends bedient und Neuheiten präsentiert werden. Kaffeegenuss ist ein ungebrochener Trend und der Markt wartet auf Neuheiten. Beide Aspekte wird Melitta Haushaltsprodukte ansprechen. Melitta macht Kaffee zum Genuss, auch auf der Ambiente 2007 in Frankfurt.

Melitta präsentiert die aktuellen Highlights der Kaffeemaschinenserien ›Look‹, ›Linea Unica‹ und ›Caffeo‹ und erstmals den neuen Filterkaffeautomat ›Optima‹, der die Lücke zwischen der Look-Serie und der hochwertigen Linea-Unica-Serie schließt. Sie dürfen gespannt sein!«

Michael Lipburger

Geschäftsführer Saeco Deutschland

»Das Jahr 2006 war besonders in Sachen Design ein Meilenstein für Saeco. Im April haben wir mit der Primea Linie das Top-Modell einer neuen Generation von Kaffeefüllautomaten – und damit gleichzeitig die neue Saeco Designsprache – eingeführt. Im Oktober kam dann mit der Talea der perfekte Kaffeefüllautomat mit innovativer Milchschaum-Lösung auf den Markt, ebenfalls designt von unserem Designpartner BMW Group DesignworksUSA. 2007 werden wir diesen Weg konsequent weitergehen. Ich verrate nicht zu viel, wenn ich sage, dass zur Abrundung des neuen Portfolios noch ein Modell fehlt... Dies und eine weitere Neuheit zur Ambiente bilden unseren Auftakt mit dem neuen Saeco Markengesicht im Jahr 2007.«



Foto: Saeco

Halle 9.1 Stand D 03

Holger Feldmann

Geschäftsführer Nespresso Deutschland



Foto: Nestlé

Halle 9.1 Stand C 87

»Auf der Ambiente 2007 wird Nespresso die gesamte Bandbreite der Maschinenrange vom ›Einsteigermodell‹ Essenza über das preisgekrönte Design-Highlight Le Cube bis hin zur luxuriösen Nespresso Siemens Maschine im Porsche Design präsentieren. Zusätzlich gibt Nespresso einen Ausblick auf weitere Produktneuheiten, die mit ihrer innovativen Technik für noch mehr Bedienkomfort stehen. Um den Konsumenten die Möglichkeit zu geben, Kaffee von bester Qualität sowohl bequem im eigenen Heim als auch außer Haus zu genießen, entwickelte Nestlé Nespresso SA die so genannte Nespresso-Trilogie: eine einzigartige Kombination aus den weltweit besten Grand-Cru-Kaffeesorten, innovativen, stilvollen Maschinen und einem herausragenden Kundendienst.«



auf der Ambiente ist deren Einbindung in die passende Produktwelt. Anbieter von Kaffeefüllautomaten finden sich somit inmitten von Ausstellern aus dem Bereich Küchenutensilien und Geschirr wieder, während Bügeleisen oder Reinigungsgeräte im Umfeld der Haushaltswaren stehen. Die Komplettanbieter unter den Elektrokleingeräte-Ausstellern haben wiederum ihren Platz in der Galleria, die den Übergang zwischen den Hallen 8 und 9 bildet.

Das Elektrokleingerät wird zum Lifestyleprodukt

Technisch hochgerüstet und modern designt sind die Elektrokleingeräte heute nicht mehr nur nützliche Helfer, sondern vor allem auch Lifestyleprodukte, die Küche und Wohnraum schmücken. Die Händler profitieren von der thematischen Einbindung der Elektrokleingeräte in das Umfeld von Tisch, Küche und Hausrat. Denn die Synergien innerhalb dieses Produktangebots werden mit dem wachsenden Lifestylecharakter von Elektrokleingeräten immer wichtiger. Die Anbieter von Elektrokleingeräten profitieren aber nicht nur von der Verschmelzung zwischen Arbeits-, Wohn- und Lebensraum sowie dem wachsenden Prestige, das hochwertige Elektrokleingeräte mit stilvollen Einrichtungsgegenständen gleichsetzt. Auch das boomende Thema »Kaffee« in Kerneuropa trägt zum Er-

Michaela Schmidt

Produktmanagerin morphy richards



Foto: Glen Dimplex

Halle 8.0 Stand J 92

»Die edlen Küchenkleingeräte unserer FoodFusion-Line wurden 2006 beim Fachhandel hervorragend angenommen. Die erfolgreiche Serie wird nun um Toaster, Wasserkocher und eine Kaffeemaschine in vier Varianten bereichert. Wie bereits die Küchenhelfer sind auch diese Geräte von hoher Funktionalität und außergewöhnlich klarem Design.

Ebenfalls ausgebaut wird der Bereich ›Schönheit‹. Dabei geht es um Haarpflege mit professionellen Salongeräten, einer pfiffigen Retro-Serie und der einzigartigen ›Cordless‹-Serie, die mit ihren kabellosen Straightnern und Lockenstäben überzeugt. Des Weiteren stellen wir im Bereich ›Wellness‹ ein Therapy Pack vor. Lassen Sie sich überraschen!«

Markus Hönisch

Geschäftsführer Gaggia

»Wer Gaggia kennt, weiß um unsere Leidenschaft für Espresso, die sich in jedem Detail unserer hochwertigen

Espressomaschinen und -vollautomaten widerspiegelt. Auf der Ambiente bieten wir jedem Besucher die Gelegenheit, selbst einen Espresso an unseren Geräten zuzubereiten oder sich von Eric Wolf, dem amtierenden Deutsche Barista Meister verwöhnen zu lassen. Selbstverständlich werden wir mit unseren Kunden auch über die neuen Garantiebestimmungen zum besseren Schutz des Fachhandels sprechen. Gaggia präsentiert auf der Messe Highlights in Edelstahl, wie die Milano, die neue Baby Linie mit zwei Heizkreisen und die Titanium Plus.«



Foto: Gaggia

Halle 9.1 Stand E 01

folg der Elektroküngeräte bei. Die Ambiente ist ein Feuerwerk an Neuheiten, Ideen und Trends. Sie zeigt dem Handel Perspektiven auf, wie er die Konsumenten immer aufs Neue begeistern und überzeugen kann. Emotion und Design sind dabei Schlüsselworte. Industrie und Handel sind gefordert, Bilder zu kreieren, Geschichten zu erzählen und Welten zu schaffen, die den Kunden emotional ansprechen. Die Ambiente liefert dafür die Inspiration. Das geschieht nicht zuletzt durch ein einzigartiges Rahmenprogramm aus Sonderschauen und Events. Es reicht von hochkarätigen Preisverleihungen über innovative Designareale bis hin zu spannenden Wettbewerben.

**Sonderschauen und Events**

• **Designpreis der Bundesrepublik Deutschland, Preisverleihung am 9. Februar, Messegelände, Ausstellung im Foyer der Halle 5.1/6.1**

Preis der Preise – so wird der Designpreis der Bundesrepublik im Kreise bedeutender Meinungsführer genannt. Grund: Kein anderer Design-Wettbewerb hat so strenge Auswahlkriterien wie die einzige offizielle Design-Auszeichnung der Bundesrepublik Deutschland. Denn zugelassen werden nur Produkte, die bereits eine nationale oder internationale Auszeichnung vorweisen. Außerdem können sich die Unternehmen nicht selbst vorschlagen. Vielmehr nominieren die Wirtschaftsministerien und -senatoren der Länder, beziehungsweise das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie die Anwärter selbst. Der Designpreis ist die zentrale Fördermaßnahme des Bundes und umfasst alle Kategorien von Industrie-, Produkt- bis Kommunikationsdesign und wird vom Rat für Formgebung/German Design Council im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie verliehen. Die offizielle Bekanntgabe der bedeutenden Auszeichnung findet im Rahmen der Eröffnung der Ambiente am 9. Februar statt. Auch der Auftakt der Wanderausstellung wird auf der Konsumgütermesse begangen.

www.designpreis.de

• **Design Plus, Ausstellung im Foyer der Halle 5.1/6.1**

Was macht ein Erzeugnis industrieller Herstellung zu einem Designerprodukt? Die Idee? Die Optik? Die Funktion? Die Meinungen gehen durchaus auseinander. Welche Produkte jedoch das Prädikat Design Plus verdient haben, basiert auf festen Werten: Die Gewinner des internationalen Wettbewerbs überzeugen neben ihrer Formschönheit und hohem Gebrauchswert durch Innovationen in der Herstellungsweise und dem Materialeinsatz, ökologischer Verträglichkeit sowie einer gelungenen Gesamtkonzeption. Außerdem müssen die Produkte für den Handel bereits erhältlich sein, dürfen sich aber nicht länger als zwei Jahre auf dem Markt befinden. Auf diese

Sigrid Klenk

Marketingleitung Rommelsbacher



Foto: Rommelsbacher

Halle 9.1 Stand D 57

»Gesund Kochen und Spaß dabei haben – das ist das Motto unter dem Rommelsbacher auf der Ambiente seine Produktneuheiten vorstellt. Neben dem neuartigen Elektro-Fondue aus der Sparte Fun-Cooking, präsentieren wir einen neuen Bio- und Dampfgar-Ofen aus dem Bereich gesundes Kochen. Die Produkte werden auf der Ambiente erstmals einem breiten Publikum vorgeführt. Um die Strapazen eines Messtages zu mildern, verwöhnen wir unsere Besucher am Messestand mit frisch und gesund zubereiteten Speisen.«

Detlef Sustar

WIK Deutschland



Foto: WIK

Halle 9.1 Stand E95

»Es geht aufwärts, der Optimismus hält Einzug und ist fast überall zu spüren. Handel sowie Endverbraucher halten nichts mehr von Stillstand und Frustkäufen. Wir unterstützen diesen Trend mit Kreativität, Wohlgefühlprodukten und innovativen elektrischen Kleingeräten, die wir natürlich konsequent weiter entwickeln. Diese internationale Messe nutzen wir, um Trends, Bedürfnisse und Inspirationen aufzugreifen und in emotionale Produkte umzusetzen. Dies ist uns im vergangenen Jahr bereits mit vielen Neuheiten gelungen.

Wir sehen dem Start der Messe im Februar sehr optimistisch entgegen und die Zusage des Handels, dieser Messe mehr Aufmerksamkeit zu schenken, lässt auf ein Wachstum der Branche Kleingeräte hoffen.«

Weise gibt die Design Plus Ausstellung auf der Ambiente beides: einen Einblick in die wichtigsten Tendenzen im Design sowie einen Überblick über die jüngsten Produktinnovationen. Ausgerichtet wird Design Plus von der »Initiative Form und Leben«. Deren Träger sind die Messe Frankfurt Exhibition GmbH, der Rat für Formgebung/German Design Council, Frankfurt, und der Deutsche Industrie- und Handelskammertag, DIHK, Berlin.

www.ambiente.messefrankfurt.com/designplus/de

• **Plagiarius, Negativpreisverleihung am 9. Februar, Messegelände, Ausstellung im Foyer der Halle 4.1**

Wer Produkte einfach kopiert, stiehlt geistiges Eigentum. Den Mentalräubern dicht auf der Spur ist die Aktion Plagi-



arius e.V., die jährlich branchenübergreifend den Negativpreis mit einer goldenen Nase an besonders dreiste Kopierer verleiht. Die aufgespürten Plagiate und ihre Originale sind auf

der Ambiente in der beeindruckenden Ausstellung im Foyer der Halle 4.1 zu sehen. Die offizielle Verleihung der Trophäe in Form eines Zwerges findet am 9. Februar statt.

Neu werden seit Herbst 2006 die Exponate, die in den letzten drei Jahrzehnten auf der Ambiente für Aufmerksamkeit sorgten, im »Museum Plagiarius« in Solingen gezeigt. Die Sammlung umfasst bereits mehr als 250 Originale und Plagiate aus allen Branchen, von Haushaltsartikeln über Leuchten, Möbel und Kinderspielzeug bis hin zu technisch komplexen Produkten und Geräten.

www.plagiarius.de

• **Deutsche Barista Championship 2007, Wettbewerb im Saal Europa**

Dass Kaffee mehr als Kaffee ist, beweisen die Könner in den Espresso-bars und Kaffeehäusern dieser Welt. Denn was der Barkeeper für den Cocktail, ist der Barista für die zahllosen Kaffeepespezialitäten, die von Amerika bis Zypern genossen werden. Sie sind die Herren der Espresso-maschine und bereiten nach Rezept oder Kundenwunsch immer wieder neue Spezialitäten zu. Auf der Ambiente treffen sich die Besten ihrer Zunft aus Deutschland, um sich mit den köstlichsten Kreationen gegenseitig zu übertreffen. Das Ziel: Neben den hohen Preisgeldern winken den Gewinnern der deutschen Ausscheidung vor allem die Zulassung zur World Barista Championship in Tokio vom 31. Juli bis 2. August 2007.

www.baristachampionship.de

Ambiente von A – Z

Mit dem umfangreichen Service zur Ambiente können Sie Ihren Messebesuch nicht nur von A bis Z optimal vorbereiten, sondern auch die An- und Abreise noch komfortabler gestalten.

• **Rundum informiert via Worldwide Web**

Wer gezielt nach Ausstellern suchen möchte oder sich einen Überblick über das Angebot bestimmter Produktgruppen verschaffen will – die Online-Ausstellersuche unter www.ambiente.messefrankfurt.com macht's möglich. Gesucht werden kann sowohl nach Aussteller- oder Produktname als



auch nach Herkunftsort, Halle oder Produktgruppe.

• Eintrittskarten

Per Mausclick können die Eintrittskarten zum Preis von 20 Euro (Tageskarte) bzw. 42 Euro (Dauerkarte) online geordert und ausgedruckt werden. Alle Tickets zur Ambiente sind gleichzeitig Fahrschein für die Verkehrsmittel des regionalen Verkehrsverbundes RMV.

• Der Weg zur Ambiente

Anfahrt per Auto: Der direkte Weg führt über die A5 zum Westkreuz Frankfurt und dann anhand der Hinweisschilder zur Messe. In unmittelbarer Nähe zu den Autobahnabfahrten finden Sie auf dem Rebstockgelände 15.000 Besucherparkplätze. Zusätzlich zu diesen Parkplätzen stehen weitere 5.400 im Messe-Parkhaus am Rebstock zur Verfügung. Von dort aus bringen Sie Busse kostenlos direkt zur Messe.

Anreise mit dem Zug: Mit der S-Bahn können Sie direkt zur Haltestelle »Messe« fahren; Sie benutzen den Eingang Torhaus. Die Haltestelle wird von folgenden S-Bahnen angefahren:

S3 Richtung Bad Soden

(aus Darmstadt)

S4 Richtung Kronberg

(aus Langen)

S5 Richtung Friedrichsdorf

(aus Frankfurt-Süd)

S6 Richtung Friedberg

(aus Frankfurt-Süd)

Die Straßenbahnlinie 16 fährt ebenfalls vom Hauptbahnhof bis zur Messe. Das Eingangsterminal City schließt die U4 (Fahrtrichtung Seckbacher Landstraße

– Bockenheimer Warte) an. Natürlich gelangt man auch zu Fuß (ca. 10 Minuten vom Hauptbahnhof) oder per Taxi zum Messegelände.

Anreise mit dem Flugzeug: Mit der S-Bahn oder per Bus gelangt man bequem vom Rhein-Main-Flughafen zur Messe. Alternativ gibt es einen Bus-Shuttle. Die Fahrt dauert ca. 15 Minuten und kostet fünf Euro. Infostände auf dem Flughafen erteilen Auskunft, wann und wo die Shuttle-Busse abfahren.

Reisepakete zur Ambiente

Reisepaket 1 – Hin und zurück an einem Tag für nur 99 €

Spezielles Reiseangebot per Zug am Sonntag, 11.2.2007 aus 19 deutschen Städten (Hamburg, Berlin, München, Dortmund und Leipzig mit Zwischenstopps) inkl. Eintrittskarte und Katalog. Buchung über: Messe Frankfurt, Besucherservice, Telefon 069-7575-19444, messebesuch@messefrankfurt.com

Reisepaket 2 – Übernachtung und Anreise im Kombiangebot
Pauschalangebote per Zug oder Flugzeug inklusive Übernachtung,

e PRO BUSINESS AUF DER AMBIENTE

Pro Business ElektroHausgeräte mit Rekord-Beteiligung

Rund ein Viertel der Aussteller aus dem Bereich Elektro-Kleingeräte – 16 Firmen – kommen aus dem Kreis der mittelständischen Initiative Pro Business ElektroHausgeräte, die die Messe als nationale und internationale Plattform nutzen werden.

»Alle Besucher und Facheinkäufer sind herzlich willkommen und werden erstaunt sein über die zahlreichen Innovationen, die ihnen die Mitglieder der Marketing Initiative in Frankfurt präsentieren«, so Heinz Werner Ochs, Vorsitzender von Pro Business.

Die Präsenz von Ausstellern aus den unterschiedlichen Branchen und die große Internationalität der Messe bietet den Facheinkäufern und auch den Herstellern die Möglichkeit, sich über Trends verwandter Produktbereiche zu informieren, um daraus neue Ideen für ihre eigenen Geschäfte



Foto: ProBusiness

Heinz Werner Ochs,
Vorsitzender ProBusiness

zu entwickeln. Dies waren wichtige Gründe auch für weitere Pro Business Mitgliedsfirmen, sich zur Ambiente zu präsentieren. Frankfurt bietet zudem die Chance, neue Zielgrup-

pen zu erreichen, und insbesondere neue Kunden-Kontakte zu Einkäufern aus den internationalen Märkten zu knüpfen.

Wie schon in den letzten Jahren präsentieren sich die Firmen auf der Ambiente in ihrem produktbezogenen Umfeld und ermöglichen den Handelspartnern damit eine konzentrierte Einkaufstätigkeit:

Halle 8.0: Beurer, EIO und morphy richards (Glen Dimplex), Domena, Hailo, Solac, Robert Thomas

GALLERIA 0: Fakir, Severin

Halle 9.1: Cloer, Graef, Jura, petraelectric, Ritter, Rommelsbacher, Saeco, Steba

PRO BUSINESS ElektroHausgeräte und seine Mitgliedsfirmen freuen sich auf zahlreiche Fachbesucher zur diesjährigen Ambiente.



Foto: Grundig Intermedia

Michael Geisler

National Sales Manager Personal Care
& Domestic Appliances bei Grundig Intermedia

»Von Grundig dürfen Sie den Einstieg in ein neues Marktsegment und eine Europa-Premiere mit durchaus revolutionärem Charakter erwarten. Dafür bietet die Ambiente genau das richtige Umfeld. Denn wie bei der Messe geht es auch bei der Europa-Premiere in dem für Grundig neuen Marktsegment um das wohlliche Zuhause, um das Wohlfühlen an und für sich.

Neugierig geworden? Bis zum 9. Februar müssen Sie sich noch gedulden. Dann können Sie mit uns eine hoffentlich gelungene Premiere feiern. Wir laden Sie herzlich ein, den Grundig Stand auf der Ambiente 2007 zu besuchen und freuen uns darauf, Sie in Frankfurt begrüßen zu können.«

Halle 8.0 Stand H 91

Ute Pieper
Leitung Marketing & Produktmanagement
bei Lutter & Partner

»Lutter & Partner präsentiert unter den Markennamen Carrera, Carrera Lady, Carrera Med, Carrera Dent und Epilady sein neues Produktprogramm. Die Highlights kommen insbesondere aus den Bereichen Rasierer, Ladyshaver, Epilierer, Haarschneider sowie den neuen Produktbereichen Zahnpflege und Medizinprodukte. Aufgrund der neuen Ausrichtung im Hinblick auf Produktmerkmale und -konzepte sowie Vermarktungsstrategien stellen wir die Aktivitäten in diesem Jahr unter das Motto ›Into a New Style‹.«



Foto: Lutter & Partner

Halle 9.1 Stand F 62

Eintrittskarte und Katalog.
Buchung über: Travel2Fairs GmbH, Telefon 0511-33644513, info@travel2fairs.com

Reisepaket 3 – günstige Zugtickets nach Ihren Wünschen

Individuelle Reiseangebote per Zug zur Messe innerhalb Deutschlands.

Tickets über: Deutsche Bahn AG, Hotline-Nr. 01805-311153, Stichwort: Ambiente.

• **Hotelguide**

Hotelzimmer, Privatunterkünfte, Veranstaltungen und Freizeitprogramm Reservierungen und Informationen bei der Tourismus + Congress GmbH, Frankfurt am Main, Tel. 069-2123-0808, Fax 069-2124-0512, info@tcf.frankfurt.de, www.frankfurt-tourismus.de oder

buchen Sie Ihre Übernachtung direkt über den exklusiven Hotelguide unter www.hotelguide-rheinmain.de. Aus mehr als 600 Adressen in Frankfurt und Umgebung sucht er nach Übernachtungsmöglichkeiten in allen Preiskategorien und Lagen.

• **Kabellos online mit W-LAN**

Wer auf den Zugang zum Worldwide Web während des Messebesuchs nicht verzichten möchte, kann via W-LAN auf dem gesamten Messegelände kabellos surfen und kommunizieren. Der Zugang erfolgt über kostenpflichtige Voucher, die an Automaten in den Eingangsbereichen der Messe erhältlich sind. Voraussetzung ist, dass Notebook, PC oder PDA über entsprechende handelsübliche W-LAN-Karten verfügen.

e INFORMATION

Tefal holt Jamie Oliver nach Deutschland



Foto: Tefal

Jamie Oliver kommt nach Frankfurt

Tefal holt den populären britischen TV-Koch, Jamie Oliver, wieder nach Deutschland. Er wird mit seiner Live-Kochshow am 10. Februar 2007 in der Jahrhunderthalle in Frankfurt/Höchst auftreten und sein Publikum mit einer neuen Show begeistern. Hauptsponsor ist die Marke Tefal, die mit der Jamie Oliver Professional Series ein umfangreiches Cookware Sortiment anbietet. Dieses wird auf der Ambiente vorgestellt.

• **Virtuelles Produktangebot: Online-Portal Product Pilot**

Ergänzend zum persönlichen Messebesuch eröffnet das neue Business Matching Portal der Messe Frankfurt – der Product Pilot – einen virtuellen Messeplatz. Völlig unabhängig von Zeit und Ort gewährleistet diese branchenübergreifende Datenbank mit rund 25.000 Anbietern und 150.000 Produktseiten die gezielte Suche nach Produkten von Ausstellern der Messe Frankfurt.

Bitte beachten Sie:

Auf Seite 21 finden Sie unseren Messe-Guide zu Ambiente. Dieser ist erstmals mit einem Verzehrutschein im Wert von 3 Euro bestückt. Die Messe Frankfurt und elektrobörseHandel wünschen: Guten Appetit!