



Ein Online-Marktplatz gegen das Ladensterben

Konsumgüter Messe Frankfurt will Hersteller und Händler vernetzen – „Ambiente“ startet mit mehr Ausstellern und so international wie nie

Morgen beginnt in Frankfurt die weltgrößte Konsumgüterschau, die „Ambiente“. Dazu kann die Messe Frankfurt mit einer Branchen-Neuheit aufwarten.

Frankfurt. Dem deutschen Einzelhandel ging es schon mal besser. Die Konkurrenz durch Amazon setzt die Geschäfte unter Druck, die Kosten steigen, und die Kunden werden immer preisbewusster. Zwischen 2000 und 2017 haben in Deutschland 100 000 Einzelhändler dichtgemacht – jeder vierte Laden gab also auf, Kleinunternehmer wichen zunehmend den Filialisten. Und dieser Trend wird sich nach Ansicht aller Experten fortsetzen. Das trifft auch die – im internationalen Vergleich beispiellos dichte – deutsche Messelandschaft. Die Messe Frankfurt zum Beispiel muss um ihre Besucher auf den Fachmessen kämpfen und sie durch zusätzliche Services an sich binden.

Dazu beteiligt sich der deutsche Marktführer in der Messebranche nun an einem IT-Unternehmen aus Düsseldorf, nmedia. Das gab die Messe Frankfurt vor dem morgigen Start der weltgrößten Konsumgütermesse „Ambiente“ bekannt. Gemeinsam wollen die Firmen im zweiten Halbjahr einen Online-Marktplatz für Konsumgüter an den Start bringen, auf dem zunächst 500 Lieferanten (darunter Branchengrößen wie WMF oder Villeroy & Boch) und 1000 Händler (etwa Höffner oder Edeka) vertreten sind. Auf „Nextrade“ können die Hersteller ihr Angebot listen und die Einzelhändler (nicht aber Endkunden) direkt ordern – so etwas gibt es im Konsumgüterbereich (anders als bei Mode und Textilien) bisher nicht. Der bisherige „Pro-

ductpilot“ der Messe Frankfurt war ein reines Info-Portal ohne Bestellfunktion, während „Nextrade“ – vereinfacht gesagt – dafür sorgt, dass die IT von Lieferant und Händler sich verstehen. Detlef Braun, Geschäftsführer der Messe Frankfurt, sprach von einem „dramatischen Wandel in den vergangenen Jahren“ in der Branche, auf den der Messeveranstalter reagieren müsse.

„Umfeld herausfordernd“

Doch noch ist in den Frankfurter Hallen wenig von der Krise zu spüren, die „Ambiente“ (bis 12. Februar) geht mit einer Rekord-Ausstellerzahl und so international wie nie an den Start. Aus 92 Ländern stammen die 4451 Unternehmen (Vorjahr: 4376), 85 Prozent von ihnen kommen aus dem Ausland. Sie stellen auf der Fachmesse ihre Neuheiten aus den Bereichen Geschirr, Wohnen und Schenken vor. Im Vorjahr kamen 133 000 Fachbesucher aus 168 Ländern („normale“ Verbraucher haben keinen Zutritt). Trotz der Rekorde sprach Braun von einem „Umfeld, das herausfordernd ist“, und verwies auf Handelskriege, Brexit, Dieselskandal und die Abkühlung der Konjunktur. Auch in den ambiente-typischen Produktbereichen sank der Umsatz in Deutschland um 0,6 Prozent auf knapp 28 Milliarden Euro.

Mehr Chinesen

Die internationalen Risiken zeigen sich beispielsweise am Rückgang der Zahl der Aussteller aus den wichtigen europäischen Märkten Großbritannien, Frankreich oder Niederlande. Und auch die Zahl der Teilnehmer aus Deutschland

sinkt von zuvor 832 auf 669 – damit steht das Land erstmals nicht mehr auf der Spitzenposition. Denn es kommen mehr Aussteller aus China (770 statt zuvor 595, inklusive Hongkong). Aber auch aus der kriselnden Türkei sind mehr Firmen dabei (167 nach 152) – und aus dem diesjährigen Partnerland der „Ambiente“, Indien, kommen 515 statt im Vorjahr 434 Aussteller.

Indien präsentiert sich mit einem ehrgeizigen Auftritt in der „Galleria“ (zwischen den Hallen 8 und 9): Einer der führenden Produktdesigner des Landes, Ayush Kasliwal vom Studio AKFD aus Jaipur, zeigt, wie bedeutend traditionelle Handwerkskunst dort bis heute ist. „Viele der Handwerks-Ökosysteme in Indien existieren noch und wurden nicht vollständig von der Massenproduktionsindustrie übernommen. Das eröffnet dem Land enorme Chancen“, sagt Kasliwal.

Die Besucher der „Ambiente“ müssen sich wegen der neuen Halle 12 und der Renovierung von Halle 5 neu orientieren, praktisch die gesamte Schau wurde anders sortiert. Die noblen Tisch-Marken finden sich dieses Jahr in Halle 4.1, während ihr früherer Standort in Halle 10 nun in der Hand der asiatischen Containerware ist. Das Top-Angebot aus dem Bereich Wohnen und Kunsthandwerk wurde in Halle 8.0 gebündelt. Eine eigene Schmuck-Halle gibt es nicht mehr, die Hersteller sind in anderen Bereichen integriert.

Ein Trend der diesjährigen Schau ist das Thema Aufräumen, populär geworden durch Netflix-Star Marie Kondo. Dadurch gewinne, so die Messe-Verantwortlichen, Qualität wieder mehr an Bedeutung.

VON THOMAS BAUMGARTNER



Am Stand von WMF: Eine Besucherin der „Ambiente“ 2018 sieht sich Mickey-Mouse-Geschirr an. Foto: Messe Frankfurt/P. Welzel