

# BusinessPartner

Die Zeitschrift für Handel und Industrie

# PBS



**Büroring/winwin** Aufbruchstimmung beim Kick-off ■ **ISE** Messe bricht alle Rekorde ■ **Titel** Leitz Acco Brands weiter erfolgreich mit Zwei-Marken-Strategie ■ **Specials** Tinte + Toner, Print-Management

# Ambiente 2024: Synergien für die internationale PBS-Branche

Das Messe-Trio aus Ambiente, Christmasworld und Creativeworld verzeichnete über 140.000 Besucher:innen aus aller Welt. Der vergrößerte PBS-Kosmos im Rahmen der Ambiente Working zeigte sich zukunftsorientiert und inspirierend. Die Veranstalter sind zufrieden und wollen sich weiter für die Branche engagieren.

Die internationalen PBS-Facheinkäufer:innen profitierten von kurzen Wegen, der Nähe zur Creativeworld und einem vergrößerten Angebot in allen Segmenten. Das Angebot der PBS-Markenindustrie wurde in neuer Hallenbelegung erweitert. „Ziel war es, durch einen vergrößerten PBS-Kosmos die Synergie-Effekte des Messetrios zu verstärken. Für die kommende Veranstaltung werden wir die Anbindung und Wegeführung zum PBS-Kosmos noch optimieren, um vor allem die Neukundenkontakte weiter zu fördern“, so Yvonne Engelmann, Leiterin Ambiente Living, Giving und Working. Volker Jungblut, Geschäftsführer beim Verband der PBS-Markenindustrie im FMI, sieht klar die Vorteile von Präsenzveranstaltungen und einer Durchmischung von Aussteller- und Besuchergruppen der PBS-Welt mit verwandten Branchen: „Die Entwicklung hat gezeigt, dass Messen als Präsentations- und Kommunikationsplattform nicht nur wieder

zurückgekommen sind, sondern wieder deutlich im Fokus stehen. Durch ihre Produktvielfalt sind die ausstellenden Mitgliedsunternehmen der PBS-Markenindustrie nicht nur bei Ambiente Working, sondern auch im Bereich Ambiente Giving sowie der Creativeworld zu finden. Das Zusammenspiel verschiedener Bereiche, wie beispielsweise die Office Heroes mit dem Future of Work Areal, sorgt für einen spannenden Messebesuch für den Handel.“ So wurden die unterschiedlichen Einkäufergruppen aus dem Groß- und Einzelhandel sowie Corporate Buyer, gewerbliche Großkunden, Facility Manager:innen, Interior-Designer:innen, Architekt:innen bis hin zu Vertreter:innen internationaler Hotelketten und Restaurants in Frankfurt mit neuen Impulsen und Trends versorgt. Das Office-Segment, mit Anbietern für den gewerblichen Bürobedarf und -technik, präsentierte sich in der Festhalle und im

Bild: Messe Frankfurt Exhibition GmbH



Yvonne Engelmann, Leiterin Ambiente Living, Giving und Working

Forum o mit der Premium-Fläche „Office Heroes“. Diese wurde in Zusammenarbeit mit dem Verband der deutschen PBS-Markenindustrie erstmalig in dieser Größe auf der Ambiente organisiert und von vielen Verbandsmitgliedern als attraktive neue Heimat wahrgenommen.

In Halle 3.1 wurden smarte Einrichtungskonzepte für Büros, Co-Working-Spaces und Homeoffices gezeigt – direkt im attraktiven Interior Design-Umfeld der Ambiente Living. So wurde Raum für Ideen zur Verschmelzung von Wohnen und Arbeiten geschaffen. Das „Future of Work Areal“ in der Halle war insgesamt gut besucht. In futuristischen, offen gestalteten Holz-Konstruktionen wurden die Themen der neuen Arbeitswelt inszeniert: Concentrate, Collaborate, Educate und Socialize. Die Future of Work Academy sorgte mit einem täglich wechselnden Vortragsprogramm für neue Erkenntnisse. Die Ambiente und Christmasworld finden im kommenden Jahr vom 7. bis 11. Februar statt, die Creativeworld startet parallel und endet am 10. Februar 2025. <https://ambiente.messefrankfurt.com/>

Bild: Messe Frankfurt Exhibition GmbH/ Jens Liebchen



Die Office Heroes 2024: Das Konzept überzeugte, aber die Laufkundschaft fehlte

Nachgefragt bei Ausstellern:

## „Die Laufkundschaft fehlte“

Drei Wochen nach Messeende haben wir einige Stimmen von Ausstellern der neuen Officehalle eingeholt. Wir wollten wissen auf welche Produktbereiche sich die Unternehmen fokussiert haben, wie zufrieden sie mit der Veranstaltung insgesamt gewesen sind und ob ihnen etwas gefehlt hat.

**Rolf Schifferens, Geschäftsführer Durable:**

Auf unserem Messestand haben wir ganzheitliche Lösungen für die Arbeitsbereiche Home, Office und Education gezeigt. Besonderer Schwerpunkt war unsere neue nachhaltige „EFFECT Serie,“ die unser Sortiment um eine weitere Range an Produkten aus Recyclingmaterial ergänzt. Der internationale Messeplatz Frankfurt hat mit der diesjährigen Ambiente unter Beweis gestellt, dass er unsere Branchenplattform ist. Auch wenn die Besucherzahlen auf der Messe insgesamt zufrieden stimmten, hätten wir uns in unserem Themenareal mehr Publikum gewünscht. Wenn es gelingt, weitere namhafte Unternehmen aus dem PBS-Markenverband zu gewinnen, könnte das ein weiterer Schritt sein, um die Messe attraktiver für Fachbesucher zu gestalten. Die räumliche Trennung zwischen dem Working-Bereich im Forum und der „Future of Work Academy“ der Ambiente Working in der angrenzenden Halle war aus unserer Sicht zusätzlich unglücklich.

[www.durable.de](http://www.durable.de)



**Jens Magdanz, Marketing- und Vertriebs-**

**leiter HAN:** Wir haben uns nur auf die Neuheiten 2024 konzentriert, die seit Anfang März für die Kunden erhältlich sind. Unser Fokus lag dabei auf der Zielgruppe „privater Endverbraucher im Home bzw. Homeoffice“. Die Messe hat ihre Internationalität untermauert und dank der guten bis sehr guten Besucherzahlen aus dem Ausland sind wir mit dem Erfolg der Messe generell zufrieden. Eine bessere Frequenz gerade im potenziellen Neukundenbereich, sprich mehr Laufpublikum, hätten wir uns gewünscht. Aber dazu wurden Optimierungsansätze wie eine Ausweitung der Ausstelleranzahl wie auch eine bessere Besucherinformation und -führung in die Messehalle mit den Verantwortlichen der Messe schon angesprochen. Grundsätzlich wären wir 2025 gerne wieder als Aussteller auf der Messe präsent.

[www.han-online.com](http://www.han-online.com)



**Frank Indenkämper, Geschäftsführer Schnei-**

**der Novus:** Wir haben unseren Messestand in drei Bereiche eingeteilt: „Office Technology“ mit Aktenvernichtern, Schneidemaschinen und den großen Blockheftern und -lochern, „Office Supplies“ mit Heftgeräten, Lochern und Spitzmaschinen und „Office Environment“, flexible Monitorarme und innovative Arbeitsplatzleuchten aus dem Novus Mehrplatzsystem. Das tageslichtdurchflutete Forum war mit seiner Glasfront als Ausstellungsort sehr attraktiv. Unser wesentliches Ziel, den Export zu erreichen, haben wir hier zur Zufriedenheit erreicht: Der Großteil unserer eingeladenen Kunden war vor Ort, wir haben sehr gute Gespräche geführt. Terminkundschaft war vor Ort, Laufkundschaft leider nicht. Das liegt vor allem an der suboptimalen Wegführung: Das Forum der Messe Frankfurt sowie der „Office Heroes“ Bereich waren auf den Laufwegen der Messe nicht oder nur spärlich ausgeschildert und beworben worden.

[www.novus-dahle.com](http://www.novus-dahle.com)



**Susanne Fritz, Director Marketing & Produkt-**

**management Sigel:** Neben der Präsentation unserer bekannten Sigel-Formularbücher und -Druckmedien, haben wir uns auf unsere Produktneuheiten 2024 fokussiert. Im Bereich Boards ergänzen designstarke Sigel-Artverum- und Meet-up-Boards unser Sortiment. In der Produktkategorie Notieren haben wir durch drei neue Linien ein ganzheitliches Sortiment an Notizbüchern für jeden Einsatzbereich geschaffen. Die Messe war für uns ein wesentliches Event in 2024 und wir konnten die positive Resonanz zu unseren Produktneuheiten erleben. Unsere Ziele konnten wir im Zusammenhang vorab vereinbarter Kundentermine sehr gut erreichen. Dass sich Aussteller eine hohe Besucherfrequenz wünschen, liegt in der Natur der Sache. Für den weiteren Ausbau einer gemeinsamen Plattform der PBS-Welt ist es sicherlich zielführend, an einer starken Positionierung der Ambiente in unserer Branche zu arbeiten.

[www.sigel.de](http://www.sigel.de)

