



Pressemitteilung

SORGLOSER LIVE-GENUSS FÜR ALLE SINNE

Deutschlands beliebtes Food-Event eat&style feierte fulminanten Tour-Auftakt in Hamburg

Hamburg, 25.10.2021 – Der Auftakt des beliebten Food-Events eat&style am 23. und 24. Oktober in Hamburg hat die Erwartungen der Aussteller und des Veranstalters weit übertroffen. Nach einer coronabedingten Pause 2020 besuchten am vergangenen Wochenende rund 10.000 Menschen die 2G-Veranstaltung in den Messehallen – und konnten endlich wieder sorglos und entspannt verkosten, entdecken und gemeinsam genießen. In den kommenden Wochen geht die eat&style weiter auf Tour: Die nächsten Stationen sind München, Stuttgart und Düsseldorf.

Seit 14 Jahren ist die eat&style schon der Place to be für alle Foodies und Genießer:innen. Am 23. und 24. Oktober meldete sich das Event nach einer pandemiebedingten Pause zurück in Hamburg – diesmal zentral gelegen auf dem Messegelände und erstmalig gemeinsam mit der internationalen Designmesse BLICKFANG.

82 Aussteller:innen aus dem In- und Ausland – von kleinen Manufakturen bis hin zu etablierten Marken – sorgten unter dem Motto Taste. Connect. Enjoy. für ein inspirierendes Programm mit kurzweiligen Workshops, innovativen Markenpräsentationen, verführerischen Tastings, verlockenden Shopping-Möglichkeiten und nachhaltigen Genuss-Momenten.

Markenvielfalt aus Hamburg und der ganzen Welt

Die Besucher:innen konnten sich an den Ständen der Destinationen Andalusien und Mallorca über Reiseziele, Kultur und Spezialitäten aus den Regionen informieren, am Stand Olive Oil World Tour mehr über die Produkte des weltweit größten Olivenölproduzenten Spanien erfahren oder bei Lee Kum Kee Gerichte mit köstlichen Premium-Saucen aus China probieren.

Zahlreiche Hamburger Labels profitierten vom Heimvorteil und präsentierten dem genussfreudigen Publikum ihre Produkte. Dabei waren unter anderem Jeff´s Cheesecake, der Tequila-Cocktail Lupita Margarita, das erst im letzten Jahr gegründete Start-up für pflanzenbasierte Milchprodukte Unmilk, das Wermut-Label Helmut oder simplePlant, der smarte Garten für zu Hause.

Spezielle Themenflächen und offene Workshops animierten zum Mitmachen: Ob Weinverkostung mit Master-Sommelière Romana Echensperger vom Deutschen Weininstitut, Kaffee-Tasting in der Coffee Area mit Röstmeister und Kaffeesommelier Erik Brockholz, Kerzen-Workshop mit der Balkonfreundin oder Selfies im Bilderbulli – die Angebote zur Interaktion erfreuten sich großer Beliebtheit bei Besucherinnen und Besuchern.





Hungrig nach Trends und Begegnungen

Das Besondere an der diesjährigen Veranstaltung – da waren sich Besucher:innen, Aussteller:innen und Veranstalter einig – waren vor allem die persönlichen Begegnungen von Mensch zu Mensch, die alle Beteiligten sehnlichst erwartet hatten. „Der Wunsch der Menschen nach gemeinsamen Live-Erlebnissen ist nach den Einschränkungen durch die Pandemie besonders groß“, erklärt Christoph Rénevier, Geschäftsführer beim Veranstalter FLEET Events. „Wir freuen uns sehr, dass wir mit der eat&style diese persönlichen Begegnungen und das gemeinsame Essen, Trinken und Genießen wieder ermöglichen können. Unsere Entscheidung, die eat&style in Hamburg als 2G-Event durchzuführen, hat darüber hinaus für ein gutes und sicheres Gefühl bei allen Teilnehmenden gesorgt und eine Atmosphäre geschaffen, in der Genuss sorglos und ausgelassen möglich war.“

Diese „neue Leichtigkeit“, das umfangreiche Angebot der eat&style und die Zusammenlegung mit der Designmesse BLICKFANG haben erfreulich viele Besucher:innen angezogen: Mit 9.800 verkauften Tickets konnte das Event nahtlos an seine Attraktivität aus früheren Jahren anknüpfen.

Durchgehend positiv fällt auch das Fazit der Aussteller:innen aus: „Für uns als Start-up ist es sehr wichtig, auf einer solchen Messe präsent zu sein“, so Sophie Tramp, Leiterin E-Commerce & Growth beim Hamburger Label Unmilk. „Nur so bekommen wir ein Gefühl dafür, wie unsere Marke beim Endkonsumenten ankommt. Wir sind total geflasht von den Besucherströmen, gerade nach Corona. Für uns passt auf dieser Messe einfach alles: Konzept, Spirit, Zielgruppe. Wir waren nicht zum letzten Mal dabei.“

Auch für Erik Brockholz, Geschäftsführer bei Kaffeebrewda, der die Workshops in der Coffee Area präsentierte, lag der Erfolg der eat&style in der besonderen Stimmung auf dem Event: „Man hat hier am Wochenende die Sehnsucht der Menschen nach dem Leben gespürt – sie wollen wieder gemeinsam genießen, etwas erleben, Spaß haben. Dieses Bedürfnis hat das Event absolut erfüllt. Die eat&style, das ist einhundert Prozent Lust am Leben.“

Romana Echensperger, Master-Sommelière des Deutschen Weininstituts, ergänzt: „Für uns hat sich in der Pandemie gezeigt: Weingenuss ist analog. Um Werbung machen zu können für deutsche Weine, muss man Menschen treffen und den persönlichen Austausch pflegen. Dafür sind Events wie die eat&style einfach perfekt.“

+ eat&style 2021 - die nächsten Termine

München: Zenith München, 06. + 07. November 2021
Stuttgart: Messe Stuttgart, 18. – 21. November 2021
Düsseldorf: Areal Böhler, 27. + 28. November 2021

In Düsseldorf können sich Genießer:innen ebenfalls auf die Kooperation mit der BLICKFANG freuen.

Tickets für alle Veranstaltungen sind erhältlich unter: <https://eat-and-style.de/tickets-kaufen/>.



Weitere O-Töne von Aussteller:innen

TASTE RELIGION (Saucen aus Neumünster)

„Wir sind ein sehr junges Unternehmen, wir müssen auf uns aufmerksam machen, und da ist die eat&style das ideale Format und für uns als Hamburger Label ein Flagship-Event. Das Klientel passt super: Die Leute, die hierherkommen, sind food-affin, haben Lust, Neues zu probieren und sind offen für Innovationen. Auch im B2B-Bereich konnten wir neue Kontakte knüpfen und unser Netzwerk erweitern, das ist ein echter Mehrwert dieser Messe. Unser Fazit deshalb: geile Veranstaltung.“

Mattis Eckmann und Lasse Thiele, Gründer

HELMUT (Wermut aus Hamburg)

„Messen sind für uns grundsätzlich wichtig, weil wir noch ein junges Label sind und unsere Markenbekanntheit erhöhen wollen. Und wir lieben den direkten Austausch mit unseren Kund:innen und Fans. Wir sind positiv überrascht von den vielen Besucher:innen, wir haben nicht mit einem solchen Andrang gerechnet. Ich denke, die Zusammenlegung mit der BLICKFANG war absolut die richtige Entscheidung. Wir sind ganz sicher beim nächsten Mal wieder dabei.“

Markus Weiß, Gründer

ANDALUSIEN

„Wir wussten nicht wirklich, was uns erwarten würde nach zwei Jahren Pause, ohne Reisen und internationale Messeauftritte. Und dann die positive Überraschung: Es waren so viele Besucher:innen da und das Interesse an unserem Angebot war sehr groß – und das, obwohl wir keine Produkte, sondern eine Destination verkaufen. Für uns ein sehr gelungener Neustart.“

Fátima Blanco, Marketingleiterin Turismo Andalucía

SIMPLEPLANT (Der smarte Garten für zu Hause, Start-up aus Hamburg)

„Die Teilnahme an der eat&style war für uns als Marke eine gute Entscheidung. Wir hatten endlich einmal wieder die Möglichkeit, Konsument:innen zu treffen und unser Produkt live zu präsentieren. Wir sind von dem Konzept der Messe absolut überzeugt. Besonders die Kombination mit der BLICKFANG ist für uns ein echter Gewinn, da wir uns mit unserem Produkt, dem smarten Garten für zu Hause, ja direkt an der Schnittstelle zwischen Food und Design bewegen.“

Ben Märten, Geschäftsführer

JEFF´S CHEESECAKE (Cheesecake aus Hamburg)

„Die eat&style war für mich in Hamburg ein Sprungbrett, um mit meiner Marke und meinem Angebot bekannter zu werden, darum fühle ich mich dieser Messe besonders verbunden. Auch dieses Mal hatte ich wieder die Gelegenheit, Tausende von bestehenden und potenziellen neuen Kund:innen zu treffen. Mit so viel Andrang hatte ich nicht gerechnet – ich musste schon am ersten Tag Ware nachordern.“ **Jeff Alpert, Geschäftsführer**

LUPITA MARGARITA (Tequila-Cocktail aus Hamburg)

„Es gibt nichts Schöneres, als ein direktes Kunden-Feedback zu bekommen. Auch online funktioniert unser Geschäft wunderbar, aber es ist nach all der kontaktlosen Zeit einfach etwas ganz Besonderes, persönlich mitzerleben, dass es den Kund:innen schmeckt. Wir sind begeistert von der eat&style und haben den Stand für´s nächste Jahr bereits gebucht.“

Bettina „Betty“ Kupsa, Geschäftsführerin Chug Club Spirits

BALKONFREUNDIN (Balkon- und Terrassengestaltung und Blumen-Workshops aus Hamburg)

„Die eat&style ist unsere erste Messe in diesem Jahr und direkt eine Punktlandung. Die Kombination mit der BLICKFANG ist für uns ein perfect match. Dieses Event ist ein Fest für die Sinne, da sind wir mit unserem Blumensortiment und unseren Workshops die perfekte Ergänzung.“

Sandra Schäfer, Gründerin



Über die eat&style

Veranstaltet von FLEET Events, ist die eat&style seit mittlerweile 14 Jahren der Place to be für alle Foodies. Das Flagship-Event findet jedes Jahr im Herbst in den deutschen Metropolen Hamburg, München, Düsseldorf und Stuttgart statt. Spannende Themenwelten mit interaktiven Programmen richten sich an alle, deren Leidenschaft gutes Essen, Drinks und Style ist. Spitzenköch:innen, Bartender:innen, Gastronom:innen und Expert:innen lassen sich hier über die Schulter schauen und zeigen, wie die Besucher:innen sich „eat&style“ nach Hause holen können. Im Ausstellungsbereich laden kleine regionale Manufakturen und coole Start-ups ebenso wie internationale Top-Marken zum Genießen, Entdecken und Shoppen ein.



Über FLEET Events

Die FLEET Events GmbH mit Sitz in Hamburg gehört zu Deutschlands führenden privaten Messe- und Kongressveranstaltern. Mit ihren Tochterfirmen FLEET Education und CE Chefs Events konzipiert und realisiert das 2006 gegründete Unternehmen Consumer- und Business-Events wie Babywelt und eat&style, Fachveranstaltungen wie Chef-Sache und W3+ Fair sowie Bildungskongresse wie den DALK und den DSLK. Mit der neu entwickelten eigenen Online-Eventplattform Xircus bietet FLEET Events Live-Events im digitalen Raum bzw. hybride Veranstaltungen an. Insgesamt organisiert FLEET Events damit heute rund 35 Großveranstaltungen im Jahr – sowohl live als auch digital. Die Geschäftsführung des mehr als 50 Mitarbeiter:innen starken Unternehmens liegt bei den Gesellschaftern Dr. Thomas Köhl und Christoph Rénevier.

Pressekontakt:

Katja Derow · redroses communications · 0162-4311376 · k.derow@redroses-pr.com