



Pressemitteilung

eat&style 2021

München feierte den Genuss

Nach einem fulminanten Tour-Auftakt im Oktober in Hamburg, gastierte die eat&style am 6. und 7. November in der Kulturhalle Zenith in München. Nicht nur die Besucher:innen waren begeistert, auch die Aussteller:innen und der Veranstalter der bayerischen Ausgabe von Deutschlands beliebtem Food-Event waren sehr zufrieden. Nach einer coronabedingten Pause 2020 besuchten rund 3.800 Menschen die Veranstaltung und konnten endlich wieder sorglos und entspannt verkosten, entdecken und gemeinsam genießen. In den kommenden Wochen macht die eat&style noch in Stuttgart und Düsseldorf Station.

Seit nunmehr 14 Jahren ist die eat&style der „Place to be“ für Food Lover, Hobbyköch:innen, Trendsetter:innen und Genießer:innen. In diesem Jahr sorgten 84 Aussteller:innen – von kleinen Manufakturen bis hin zu etablierten Marken, von Schmankerln aus der Heimat bis zu kulinarischen Raffinessen aus aller Welt – unter dem Motto Taste. Connect. Enjoy. für ein inspirierendes Programm mit kurzweiligen Workshops, innovativen Markenpräsentationen, verführerischen Tastings, verlockenden Shopping-Möglichkeiten und nachhaltigen Genuss-Momenten.

Genuss par excellence

Auf dem eat&style Marktplatz, einer gemütlichen Flaniermeile, tummelten sich die verschiedensten Anbieter:innen. Von süß bis salzig, von heiß bis kalt, von zart bis intensiv präsentierten sie ihre mit viel Leidenschaft erstellten Köstlichkeiten und zeigten brandneue und kreative Entwicklungen im Food-Bereich. Ein Schwerpunkt lag dabei erneut auf regionalen und nachhaltigen Produkten sowie kleinen und außergewöhnlichen Labels. Zum hemmungslosen Genießen luden zum Beispiel BAZAR ROSIE Spices mit ihren Premium-Gewürze, die Cookie Manufaktur by Fräulein Lisa oder die Macher von First Flush Premium Dry Gin. Aber auch internationale Spezialitäten waren vertreten. Das Land Singapur beispielsweise verwöhnte die Besucher:innen mit hausgemachten, landestypischen Köstlichkeiten. An den Ständen der Destinationen Andalusien und Mallorca konnten sich Interessierte neben regionalen Spezialitäten auch über Reiseziele und Kultur informieren. Eine große Auswahl an Foodtrucks rundete das kulinarische Angebot hervorragend ab.

Außergewöhnliche Themenwelten animierten zum Mitmachen: Ob Wein-Verkostung mit dem Deutschen Weininstitut, Kaffee-Tasting in der Coffee Area mit Röstmeister und Kaffeesommelier Erik Brockholz, innovative Deko-Workshops mit den Münchner Blumenmadl'n oder Kokedami – die interaktiven Angebote fanden großen Zulauf.



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, die alle Beteiligten sehnsüchtig 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 nach zwei Jahren Pause eine – wenn auch kleinere – Veranstaltung auf die Beine gestellt haben und diese zwischenmenschlichen Begegnungen, das gemeinsame Essen, Trinken und Genießen endlich wieder ermöglichen konnten. Unser ausgeklügeltes Hygienekonzept, welches wir während der Veranstaltung noch mal verschärft haben, hat für ein gutes und sicheres Gefühl bei allen Teilnehmenden gesorgt und eine Atmosphäre geschaffen, in der das Genießen sorglos und ausgelassen möglich war.“

Das umfangreiche Angebot der eat&style hat erfreulich viele Besucher:innen angezogen: Mit rund 3.800 verkauften Tickets wurden die Erwartungen des Veranstalters für dieses Jahr mehr als erfüllt.

Durchgehend positiv fällt auch das Fazit der Aussteller:innen aus: „Wir sind überglücklich endlich wieder auf einer Endverbrauchermesse präsent zu sein“, so Cedric Zhou, Area Director Central & Southern Europe bei Singapore Tourism Board. „Die Besucherinnen und Besucher waren sehr neugierig und aufgeschlossen unseren Spezialitäten gegenüber und haben viel Appetit mitgebracht. Auch die Stimmung war hervorragend. Für uns eine rundum gelungene Veranstaltung.“

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.“

Von 18. bis 21. November ist die eat&style zu Gast in der Messe Stuttgart. Den Abschluss der Tour 2021 bildet Düsseldorf am 27. und 28. November. Hier können sich die Besucher:innen im Areal Böhler auf eine Kooperation mit der BLICKFANG freuen. Tickets für alle Veranstaltungen sind erhältlich unter: <https://eat-and-style.de/tickets-kaufen/>. Abgerundet wird das Angebot mit dem neuen digitalen Format KitchenParty. Gemeinsam mit dem Partner FOODBOOM können sich Geniesser:innen neu das eat&style Feeling auch direkt in die eigenen vier Wände holen. Die Food-Community trifft sich hier digital, um sich auszutauschen und neue Food-Trends zu entdecken: Nächster Termin ist am 27. November unter dem Motto „Snackeria“.



Weitere O-Töne von Aussteller:innen

Informationszentrale Deutsches Mineralwasser (IDM)

„Wir sind restlos begeistert. Die Menschen hier haben uns förmlich überrannt. Sie haben einfach wieder Lust zu probieren und sich von Stand zu Stand treiben zu lassen. Alleine am ersten Tag haben wir mehrere hundert Wasser-Verkostungen durchgeführt. Unsere Erwartungen an die eat&style wurden mehr als übertroffen.“

Clarissa Timme, PR-Beraterin für die Informationszentrale Deutsches Mineralwasser (IDM)

I love Mauldasch

„Mit unseren Foodtrucks sind wir deutschlandweit unterwegs. Die weite Anreise nach München – wir waren über 3,5 Stunden unterwegs – hat sich mehr als gelohnt für uns. Es war einfach nur toll! Die Münchnerinnen und Münchner lieben unsere Maultaschen, die Stimmung ist großartig und sogar unser schwäbischer Dialekt wurde verstanden.“

Ellen Kern, Marketingassistentin bei I love Mauldasch

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 Event und wir freuen uns schon jetzt auf die eat&style München 2022.“

Fátima Blanco, Marketingleiterin bei Turismo Andalucía

Mallorca

„Wir hatten typisch mallorquinische Spezialitäten, wie Sobrasada de Mallorca, Oliven oder Wein im Gepäck. Damit konnten wir die Besucherinnen und Besucher begeistern. Zudem führten wir unzählige interessante Gespräche und brachten den Menschen unsere wunderschöne Insel näher. Für uns war das Festival somit ein voller Gewinn und ein echter Mehrwert.“

Franziska Tomas, Promotionleiterin bei Mallorca Tourismus

Ulibis.com (handwerklich hergestellte Köstlichkeiten)

„Wir kennen die eat&style bereits aus der Vergangenheit. Umso mehr freuen wir uns, dass es nun endlich wieder losgehen konnte. Das foodaffine Publikum in München war wieder einmal einfach toll. Der Austausch und die persönlichen Begegnungen haben super viel Spaß gemacht und es wurde auch gut eingekauft. Vielen Dank an das gesamte Team der eat&style für eine überaus gelungene Organisation!“

Bianca Kempkes, Inhaberin bei ulibis.com

Ignium (Vollguss-Grill und Feuerschalen)

„Wir waren zum ersten Mal bei der eat&style dabei und ziehen ein überaus positives Feedback. So konnten wir nicht nur ausführliche Beratungsgespräche führen, sondern einige unserer innovativen Grills voll aus Guss und made in Germany direkt verkaufen – für uns ein großer Erfolg.“

Achim Schneider, Geschäftsführer bei Fondium

Brugal (Rum aus der Dominikanischen Republik)

„Endlich ging es wieder los! Endlich wieder Kundenkontakt! Die vielen tollen Gespräche an unserem Stand haben uns wieder einmal gezeigt, wie wichtig der persönliche Kontakt ist. Wir hoffen sehr, dass wir auch weiterhin gemeinsam mit unseren Kunden dies wieder erleben dürfen und freuen uns schon jetzt auf die eat&style in Stuttgart bzw. Düsseldorf.“

Jörg Kalinke, Brand Ambassador bei Brugal

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 Events und CE Chefs Events konzipiert und realisiert das 2006 gegründete Unternehmen Consumer- und Business-Events wie Babini (ehemals Babywelt), Eat&Style und Man's World, Fachveranstaltungen wie Chef-Sache, W3+ Fair und Photonics+ sowie die Bildungskongresse DSLK, ÖSLK, DKLK, ÖKLK, HRocks und DILK. Über die Tochter Fleet X wird mit Xircus eine eigene Online-Eventplattform entwickelt, mit der Fleet Events nun zusätzlich digitale bzw. hybride Veranstaltungen anbietet. Insgesamt organisiert Fleet Events damit heute über 50 Großveranstaltungen im Jahr sowohl live als auch digital. Die Geschäftsführung des mehr als 60 Mitarbeitende starken Unternehmens liegt bei den Gesellschaftern Dr. Thomas Köhl und Christoph Rénevier.

Pressekontakt:

Katharina Seifert • Mayr Nell • 0163 25 66 498 • seifert@mayrnell.com