



Pressemitteilung

## ENTSPANNTER LIVE-GENUSS FÜR ALLE SINNE

**Deutschlands beliebtes Food-Event eat&style feierte erfolgreichen Tour-Abschluss in Düsseldorf**

Düsseldorf, 30.11.2021 – Die eat&style am 27. und 28. November in Düsseldorf hat die Erwartungen der Aussteller:innen und des Veranstalters absolut erfüllt. Rund 3.500 Foodies besuchten am vergangenen Wochenende die 2G-Veranstaltung im Areal Böhler und konnten bei 63 Aussteller:innen endlich wieder nach Herzenslust verkosten, entdecken und gemeinsam genießen. Ein voller Erfolg war auch die neue Kooperation mit der internationalen Designmesse Blickfang.

Verführerische Tastings und nachhaltige Genuss-Momente, verlockende Shopping-Möglichkeiten und ausgefallene Designer-Stücke: Die diesjährige eat&style hielt was sie mit ihrem Motto Taste. Connect. Enjoy. versprach. Food-Lover konnten endlich wieder an einer großen Auswahl facettenreicher Stände regionale Spezialitäten und Köstliches aus aller Welt entdecken. Wie sehr die Menschen das inspirierende Programm mit kurzweiligen Workshops und innovativen Markenpräsentationen vermisst haben, zeigten die 3.500 Düsseldorferinnen und Düsseldorfer, die an den beiden Tagen durch das Areal Böhler schlenderten.

„Wir sind sehr froh, dass die eat&style in diesem Jahr wieder stattfinden konnte und wir uns zudem mit der Kooperation mit der Designmesse Blickfang und dem neuen digitalen Format KitchenParty weiterentwickelt haben“, betont Projektleiterin Lena Semmler. „Damit sind wir für die Zukunft gut gerüstet und freuen uns schon auf die eat&style im nächsten Jahr.“

### **Positive Bilanz bei Ausstellern und Publikum**

„Beide Tage waren für uns ein voller Erfolg“, resümiert Aussteller Steffen Görs von Northern Billtong. „Die Besucherinnen und Besucher waren sehr interessiert und hatten neben einer großen Portion Neugier auch richtig Lust, Produkte zu probieren.“

Begeistert von der Vielseitigkeit des diesjährigen Live-Events war auch Besucherin Astrid Ranz: „Ich habe mich sehr auf diese Veranstaltung gefreut. Und meine Vorfreude wurde nicht enttäuscht. Ich habe spannende Produkte kennengelernt und natürlich jede Menge eingekauft.“





Auch für Wolfgang Reiss war der Besuch in Düsseldorf ein ganz besonderes Erlebnis: „Die breite Palette an Ausstellern hat mir gut gefallen. Das Gespräch mit den kleinen Manufakturen hat mich sehr inspiriert und Spanien kulinarisch näher kennenzulernen war für mich eine echte Bereicherung.“

Zu entdecken gab es schließlich jede Menge: Die Besucher:innen konnten sich an den Ständen der Destinationen Spanien, Andalusien und Mallorca über Reiseziele, Kultur und Spezialitäten aus den Regionen informieren, bei Spice for Life exotische Gewürze aus aller Welt kosten oder bei Doc's Ginger gesunde, alkoholfreie Bio-Drinks mit dem gewissen Etwas kennenlernen.

Spezielle Themenflächen und offene Workshops animierten zum Mitmachen: Wein-Verkostungen mit Master-Sommelière Romana Echensperger in Zusammenarbeit mit dem Deutschen Weininstitut, Kaffee-Tastings in der Coffee Area mit Röstmeister und Kaffeesommelier Erik Brockholz oder der Kerzen-Workshop des Düsseldorfer Labels Lafana. Zahlreiche Besucher:innen probierten sich durch die Vielfalt feiner Weine, rösteten ihren eigenen Kaffee oder gestalteten individuelle Kerzen im angesagten Dip-Dye-Look.

### **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. „Der Wunsch der Menschen nach gemeinsamen Live-Erlebnissen ist durch die Einschränkungen der Pandemie besonders groß“, erklärt Christoph Rénevier, Geschäftsführer des Hamburger Veranstalters Feet Events. „Wir freuen uns daher, dass wir mit der eat&style in diesem Jahr gemeinsames Erleben wieder möglich machen konnten – die Sicherheit aller Gäste und der Aussteller stand dabei immer an erster Stelle.“

Durchgehend positiv fällt auch das Fazit weiterer Aussteller:innen aus. Andreas Gosses von Bootsmann Gin formuliert das so: „In diesen Zeiten ist es sehr wichtig, Consumer Events anzubieten und besondere Produkte den Besucherinnen und Besuchern im persönlichen Gespräch näher zu bringen. Die entsprechenden Sicherheitsmaßnahmen wurden hier zudem perfekt umgesetzt“.

Diesen Eindruck bestätigt auch Stefan Schmidt am Spanien-Stand: „Wichtig ist es, ein positives Zeichen zu setzen. Die eat&style bot überdies eine gute Plattform, Spanien als Destination zu präsentieren, die auch gastronomisch sehr viel zu bieten hat. Der Zuspruch und das Interesse des Publikums waren sehr groß.“





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 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.“

### **Erfolgreiche Premiere mit der Blickfang**

Ein toller Erfolg ist auch die neue Kooperation mit der internationalen Designmesse Blickfang: Das größte Design Shopping-Event in Deutschland, Österreich und der Schweiz präsentiert seit fast drei Jahrzehnten Möbel, Mode und Schmuck jenseits der Stangenware. Zahlreiche eat&style Besucher:innen genossen es, das inspirierende Angebot der Partnermesse zu entdecken.

„Guter Geschmack für alle Sinne. Unsere gemeinsame Veranstaltung hat dieses Wochenende gezeigt, dass die eat&style und die Designmesse Blickfang perfekt harmonieren. Für alle, die gutes Essen, guten Stil und gutes Design schätzen und lieben - und die sich gern abseits des Mainstreams inspirieren lassen und dabei kleine Manufakturen und Labels unterstützen“ kommentiert Dieter Hofmann, Geschäftsführer und Gründer der Blickfang, die Kooperation.

### **Die eat&style für zu Hause**

Durchweg positiv fiel auch die Resonanz auf ein ganz neues Modul der eat&style aus: Die KitchenParty versammelt Foodies auf virtueller Ebene an einem Tisch. Wer bei den Live-Events nicht dabei sein konnte oder Lust auf mehr hatte, hat die Möglichkeit, sich digital mit der Food-Community auszutauschen und neue Trends zu entdecken – mit kulinarischen Live-Talks und Expert:innen-Treffen sowie inspirierenden Produkt- und Markeninszenierungen. Der neuartige Treffpunkt wird auch künftig Teil des Food-Events sein, damit die Community noch mehr Möglichkeiten hat, sich zu vernetzen und das eat&style Feeling auch in den eigenen vier Wänden genießen kann.

Weitere Infos zum Event: <https://eat-and-style.de/duesseldorf/>





## 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. Seit 2021 wird das Portfolio der eat&style durch digitale KitchenPartys erweitert. Spannende Food-Momente, leckere Rezepte und interessante Expert:innen Live-Talks können so auch zu Hause genossen werden.

## 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

Public Cologne - Agentur für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit GmbH

Renate Schmidt

r.schmidt@publiccologne.de

+49 178-8828633

