

Hier traf sich die Ingredients-Welt – in Präsenz und virtuell

Fi und Hi Europe: 3 Tage live, 2 Wochen online, 710 Aussteller und 115 Content Sessions

Frankfurt, 10. Dezember 2021: Drei Tage Fi und Hi Europe in Frankfurt haben deutlich gemacht: Präsenzmessen sind für viele Professionals in puncto Networking nach wie vor das Salz in der Suppe. Trotz der aktuellen Situation waren Teilnehmer aus vielen Ländern auf der Weltleitmesse für Lebensmittelinhaltsstoffe zu Gast, um die Neuheiten der Branche zu erleben sowie Kunden und Partner zu treffen. Wer nicht vor Ort sein konnte, der hatte die Möglichkeit, online zu netzwerken und von den Content Sessions zu profitieren.

Das ausgereifte Konzept des Informa AllSecure Health & Safety Standards macht die Fi und Hi Europe für die Location Messe Frankfurt zum Prototypen für sichere und erfolgreiche Präsenzmessen.

710 Unternehmen aus aller Welt stellten an den über drei Messehallen verteilten Ständen sowie auf der Online-Plattform ihre mehr als 10.600 Produkte vor. Dass die Fi und Hi Europe Dreh- und Angelpunkt der Ingredients-Branche weltweit ist, zeigt die Internationalität der Besucher vor Ort: Fachleute aus 106 Ländern waren in Frankfurt zu Gast. Insgesamt verzeichnete die Fi und Hi Europe in Präsenz und online mehr als 13.000 Teilnehmer.

Julien Bonvallet, Fi Europe Brand Director, sagt: „Ich bin froh über die trotz der Reisebeschränkungen äußerst hohe Qualität der Teilnehmer. 73 Prozent hat Budgetverantwortung und 36 Prozent haben eine Funktion im obersten Management inne (C-Level). Bis zum Ende des zweiten Messetages war schon 67 Prozent der Ausstellungsfläche für 2022 in Paris gebucht – eine schöne Bestätigung für die Wertschätzung, die unsere Messe bei den Unternehmen genießt.“

Highlights der dreitägigen Präsenzmesse waren neben der Live-Verleihung der [Fi Europe Innovation Awards](#) sowie der [Startup Innovation Challenge](#) auch die New Product Zone, unterstützt von Innova Market Insights, sowie ein vielfältiges Programm aus Vorträgen und Trendanalysen, das live gestreamt wurde. Begleitet wurde die Messe durch eine Online-Plattform, die noch bis zum 31. Dezember 2021 zum Netzwerken und Weiterbilden einlädt.

„Die Messezukunft ist definitiv hybrid. Dank der digitalen Elemente der Fi Europe konnten wir in diesem Jahr sogar mehr Leads generieren als in vorherigen Jahren“, so Natalie Meijers, Marketing Communications Manager bei FrieslandCampina Ingredients. Monique Hartog, Brand & Marketing Manager bei Bunge Loders Croklaan, ergänzt: „Ein gut besuchter Messestand, viele intensive Gespräche und ein Innovation Award. Für uns war es eine wirklich tolle Messe.“ Bart Piscaer, Senior Account Manager, bei Avebe, hält fest: „Ich bin froh, dass diese Messe in Präsenz stattfinden konnte. Kunden und Partner persönlich zu treffen ist einfach wertvoll.“

Bei der Fi und Hi Europe hat sich der Informa AllSecure Health & Safety Standard erneut bewährt. Julien Bonvallet: „Mit 2G und dem AllSecure 10-Punkte-Plan haben wir eine Grundlage geschaffen, dass die Fachbesucher mit einem guten und sicheren Gefühl vor Ort dabei sein konnten. Das haben mir viele Kunden und Teilnehmer bestätigt.“ Michael Biwer, Vice President Guest Events bei der Messe Frankfurt, ergänzt: „Dank 2G konnten Besucher sich in einer sicheren, kontrollierten Umgebung über die Neuigkeiten der Lebensindustrie austauschen.“

Im kommenden Jahr findet die Fi Europe erneut in Kombination mit der Hi Europe und als Hybridevent auf dem Messegelände Porte de Versailles in Paris statt. Mit dem neuen Standort hat das Fi Europe Team auf die Rückmeldungen vieler Kunden und Partner reagiert. Die Location ist zentral gelegen, gut erreichbar und ermöglicht den Besuchern, auch von den Annehmlichkeiten der Pariser Innenstadt zu profitieren. Die Online-Ausgabe startet am 28. November 2022, die Präsenzmesse öffnet vom 6. bis zum 8. Dezember 2022 ihre Tore.

Das sagen die Aussteller

Allmicroallgae, Antonio Saraiva, Sales Director:

„Die ersten Tage waren beeindruckend. Wir hatten wegen COVID-19 mit weniger Besuchern gerechnet und hatten dann doch sehr viele gute Kontakte am Stand.“

Exberry, Kayleigh Vlassak, Marketing Communications Specialist:

„Im Gegensatz zu vorherigen Messen kamen eher Besucher, die sich für unser Business interessiert und ganz gezielte Fragen gestellt haben. Und wir hatten mehr Zeit für solch intensive Gespräche und konnten tiefer in die Projekte eintauchen.“

Innova Market Insights, LuAnn Williams, Global Insights Director:

„Jeder hier ist mit großem Interesse dabei, wir hatten allesamt sehr gute und intensive Gespräche – ich bin wirklich froh dabei zu sein!“

Meiere Controlling 4 Green Business, Tatjana Meiere, Consultant (Besucherin):

„Die Kombination aus Präsenz-Event und Online-Konferenz war prima und sehr fruchtbar!“

Nexira, Julie Imperato, Marketing Manager:

„Natürlich ist es nicht so voll wie in einem normalen Jahr, aber wir hatten einen ordentlichen Besucherverkehr am Stand. Mein Eindruck ist, dass die Qualität der Kontakte sehr hoch ist – die Standbesucher nehmen sich viel mehr Zeit.“

Snack & Back, Maria Niederl, R&D (Besucherin)

„Wie ich diese Messe vermisst habe! Es ist so spannend, die neuen Produkte und Trends zu erleben.“

Über Informa AllSecure

In Zusammenarbeit mit der Global Association of the Exhibition Industry (UFI), der Association of Event Organisers (AEO) und der Society of Independent Show Organizers (SISO) sowie Partnern von Industrie, Veranstaltungsorten, Dienstleistern und zuständigen Behörden hat Informa dazu beigetragen, die industrieweiten AllSecure Maßnahmen zu entwickeln. Diese setzen höchste Standards für sichere, hygienische, produktive und qualitativ hochwertige Veranstaltungen. Informa AllSecure fasst zusammen, wie diese Standards in unserem Unternehmen umgesetzt werden.

Alle Informa-Veranstaltungen werden im Rahmen der offiziellen Richtlinien der Regierung, der lokalen Behörden sowie der orts- und standortspezifischen Vorschriften durchgeführt. Darüber hinaus folgen sie [den zehn grundlegenden Verpflichtungen von Informa AllSecure](#). Wo immer anwendbar und möglich, werden bei unseren Veranstaltungen die im [Informa AllSecure-Leitfaden](#) beschriebenen Standards und Richtlinien in vollem Umfang angewandt.

Über Food ingredients Global

Food ingredients Global wurde 1986 in Utrecht in den Niederlanden gegründet. Mit Veranstaltungen, umfassenden Datenbanken, digitalen Lösungen und einem hochkarätigen Konferenzprogramm stehen bewährte regionale und weltweite Angebote für die Food Ingredients Branche bereit. Über eine halbe Million Menschen haben die Messen über die Jahre besucht und dabei Milliarden an Umsatz generiert. Dank der Erfahrung aus über 30 Jahren öffnen die Veranstaltungen, digitalen Lösungen und viele weiteren Angebote Kunden den Zugang zum Markt und zu einer weltweiten Zielgruppe. Weitere Informationen über das Angebot finden sich auf: www.figlobal.com.

Über Informa Markets

Informa Markets bietet vielen verschiedenen Branchen und Märkten die passenden Plattformen für Handel, Innovation und Wachstum. Das Portfolio umfasst mehr als 550 internationale B2B-Veranstaltungen und -Marken in den Bereichen Gesundheitswesen & Pharma, Infrastruktur, Bau & Immobilien, Mode & Bekleidung, Gastgewerbe, Lebensmittel & Getränke sowie Gesundheit & Ernährung. Informa Markets bietet Kunden und Partnern auf der ganzen Welt Möglichkeiten, sich zu engagieren, neue Erfahrungen zu sammeln und für erfolgreiches Business – durch Fachmessen, maßgeschneiderte digitale Inhalte und messbare Datenlösungen. Der weltweit führende Messeveranstalter unterstützt eine Vielzahl von Fachmärkten, erschließt neue Möglichkeiten und verhilft Kunden an 365 Tagen im Jahr zum Erfolg. Mehr Information finden sich unter www.informamarkets.com.

Pressekontakt:

akp public relations

Katrin Wagner

Fi Global

Andreas Mavrommatis
Marketing Director



katrin.wagner@akp-pr.de
0049 (0) 6201 18898 15
Birkenauer Talstrasse 9
D-69469 Weinheim

andreas.mavrommatis@informa.com
0031 (0)20 708 1710
De Entree 73 Alpha Tower
NL-1100 AS Amsterdam Z.O.