

Ethical Style Spots: Metatrend Nachhaltigkeit bietet wertvolle Impulse für den Point-of-Sale

Frankfurt am Main, Januar 2023. Das Thema Nachhaltigkeit rückt auf den Konsumgütermessen Ambiente, Christmasworld und Creativeworld immer stärker in den Fokus. Mit dem Special Interest Ethical Style sowie durch vier Ethical Style Spots auf dem Gelände haben Aussteller die Möglichkeit, ihre besonders umweltschonenden, ethisch produzierten und nachhaltigen Produkte dem Messepublikum vorzustellen.

Upcycling, Recycling und Ressourcenschonung – Nachhaltigkeit spielt in allen Lebensbereichen eine immer bedeutendere Rolle. Das zeigt auch das Consumer Barometer der KPMG aus dem Jahr 2022: 81 Prozent der Deutschen bewertet das Thema als wichtig oder sehr wichtig. Auf der Suche nach umweltverträglicheren und nachhaltigeren Alternativen werden viele Menschen kritischer bei ihren Kaufentscheidungen und legen immer mehr Wert auf Herkunft, Material und Herstellungsbedingungen der Produkte. Um dem steigenden Nachhaltigkeitsbewusstsein der Konsumenten gerecht zu werden, muss auch der Handel umdenken und neue Ideen mit ins Spiel bringen. „Die Konsumgüterbranche ist im Umbruch – das spiegeln unsere Messen ganz klar. Dass eine zunehmende Anzahl an Herstellern den Aspekt der Nachhaltigkeit aufgreift ist besonders erfreulich, denn umweltbewusstes und nachhaltiges Wirtschaften ist nicht nur zukunftsweisend, sondern auch erfolgskritisch. Mit ihren innovativen Produkten präsentieren sie spannende neue Ansätze sowie aktuelle Sustainability-Trends im Handel. Das Engagement unserer Aussteller ist hier wegweisend“, so Julia Uherek, Bereichsleiterin Consumer Goods Fairs.

Die verschiedenen Aspekte von Nachhaltigkeit werden bei den Frankfurter Konsumgütermessen im Rahmen des Special Interest Ethical Style in Kategorien gebündelt. Das Programm kennzeichnet Aussteller, die mit ihren umweltfreundlichen und ethisch produzierten Produkten als besonders nachhaltig gelten und erleichtert so Besucher*innen die Suche nach für sie relevanten Produkten. Erstmals wird das bewährte Special Interest Ethical Style dieses Jahr auch auf den Fachmessen Christmasworld und Creativeworld zu finden sein. Teilnehmende erwartet somit eine große Bandbreite an nachhaltigen Produkten: Von handgeschöpftem Papier über Geschenkbänder aus Biobaumwolle bis hin zu recyclebarem Geschirr: Auf den diesjährigen Konsumgütermessen werden die unterschiedlichen Facetten von Nachhaltigkeit auf vielfältige Weise dem Fachpublikum präsentiert.

Bis November 2022 hatten alle Aussteller der drei Konsumgütermessen die Möglichkeit, sich für das Special Interest Ethical Style zu bewerben. Die Auswahl der entsprechenden

Unternehmen und Produkte erfolgte von einer unabhängigen Jury internationaler Expert*innen, die die Aussteller auf verschiedene Kriterien hin prüfte. Dabei konnten Bewerber*innen folgenden Kategorien zugeordnet werden: Eco-Friendly Material, Eco-Optimised Production, Fair & Social Production, Re-/Upcycling Design, Handmade Manufacturing sowie Sustainable Innovation.



Special Interest Ethical Style auf der Ambiente

Insgesamt 305 Anbieter haben die Ethical Style-Auszeichnung erhalten

Die Jury hat entschieden und die als besonders ökologisch bewerteten sozial verträglich produzierenden Unternehmen stehen fest: Insgesamt konnten 305 Aussteller die Jury mit ihren nachhaltigen Produkten überzeugen und wurden entsprechend ausgezeichnet. Das Label Ethical Style by Ambiente haben 247 Aussteller erhalten. Auf der Christmasworld werden 40 Unternehmen ihre nachhaltigen Produkte vorstellen; 18 Aussteller hat die Jury mit dem Label Ethical Style by Creativeworld markiert. Die ausgezeichneten Unternehmen sind ab sofort über die Online-Ausstellersuche anhand eines Ethical Style-Labels zu erkennen und werden während der Messen eine Markierung vor Ort erhalten.

Einer der mit dem Label Ethical Style by Ambiente ausgezeichneten Aussteller ist Soruka, eine Null-Abfall-Firma, die upcycletes Leder nutzt, um einzigartige handgefertigte Taschen zu kreieren. „Soruka vereint faire und soziale Herstellung, recycelte Materialien, Zero Waste und Handwerkskunst mit einzigartigem Design und zeigt so, wie man Nachhaltigkeit ganzheitlich denken kann“, erklärt Jury-Mitglied Mimi Sewalski und hebt somit den besonderen Charakter des Unternehmens hervor, dessen Produkte in Halle 4.2, K41 ausgestellt sein werden.

Die Wünsche aller Künstler*innen und Kreativen erfüllt die Firma Marabu in Halle 1.2, A51 mit ihren umweltschonenden Kreativfarben und bietet zugleich eine nachhaltige Alternative zu vielen herkömmlichen Kreativ-Produkten. „Marabu übernimmt Verantwortung und beeindruckt durch konsequente Entscheidungen für mehr

Klimaschutz“, so Sabine Meyer, Mitglied der Jury, die den Aussteller mit dem Special Interest Ethical Style by Creativeworld ausgezeichnet hat. „Seit 2021 ist das Unternehmen klimaneutral, die verbleibenden CO2-Emissionen sollen weiter reduziert werden. Mit dem neuen Project Green und der Marabu GREEN Alkydfarbe wird dies auch verstärkt im Handel sichtbar.“

Nachhaltigkeit steht auch im Fokus der Kerzenfarm, die in Halle 4.1, G11 auf der Christmasworld ausstellt: „Kerzen aus nachhaltigen Rohstoffen handgefertigt in Norddeutschland. Die Kerzenfarm ist ein Unternehmen, das das Thema Nachhaltigkeit ganzheitlich begreift“, begründet Lutz Dietzold aus der Jury.

Neu: Vier Ethical Style Spots

Das wachsende Interesse auf Aussteller- und Besucherseite für das Thema Nachhaltigkeit wird 2023 auch mit den vier Ethical Style Spots in den Fokus gerückt, die es dieses Jahr erstmalig auf dem Messegelände geben wird. Die vier Sonderpräsentationen – jeweils eine auf Christmasworld (Halle 6.1) und Creativeworld (Halle 1.1) und zwei auf der Ambiente (Galleria 0 Mitte & Foyer Halle 3.1 Via Mobile) – zeigen, wie sich Nachhaltigkeit und Design bei den verschiedenen Produkten vereinbaren lassen. An den vier Spots gibt es jeweils sechs Themeninseln in Anlehnung an die verschiedenen Kategorien, die besonders nachhaltige Produkte präsentieren und somit neue Impulse und Inspirationen für den Point-of-Sale liefern.

Jeder Spot präsentiert auch passende nachhaltige Angebote aller Messen und animiert so zu neuen Sortimenten und Geschäftskontakten.

Die Ambiente, Christmasworld und Creativeworld finden zukünftig zeitgleich auf dem Frankfurter Messegelände statt.

Ambiente/Christmasworld: 3. bis 7. Februar 2023
Creativeworld: 4. bis 7. Februar 2023

Hinweis für Journalist*innen:

Inspirationen, Trends, Styles und Persönlichkeiten entdecken Sie im [Ambiente Blog](#) und weiteres Expertenwissen auf [Conzoom Solutions](#).

Presseinformationen & Bildmaterial:

<http://ambiente.messefrankfurt.com/presse>

<http://christmasworld.messefrankfurt.com/presse>

<http://creativeworld.messefrankfurt.com/presse>

Ins Netz gegangen:

www.facebook.com/ambientefair | www.twitter.com/ambiente

www.instagram.com/ambientefair | www.ambiente-blog.com

www.linkedin.com/company/ambientefair

www.facebook.com/christmasworld/ | www.instagram.com/christmasworld.frankfurt/

www.linkedin.com/company/christmasworldfrankfurt | <https://twitter.com/ChristmasworldF>

www.facebook.com/creativeworld.frankfurt | www.instagram.com/creativeworld.frankfurt/

www.linkedin.com/company/creativeworldfrankfurt | <https://twitter.com/Creativeworld>

Hashtags:

#ambiente23 #ambientefair #welcomehome
#christmasworld23 #welcomehome #christmasbusiness
#creativeworld23 #welcomehome #creativeindustry



Ihr Kontakt:

Katrin Westermeyr
Tel.: +49 69 75 75-6893
katrin.westermeyr@messefrankfurt.com

Messe Frankfurt Exhibition GmbH
Ludwig-Erhard-Anlage 1
60327 Frankfurt am Main

www.messefrankfurt.com

Informationen zur Ambiente

Neue Blickwinkel eröffnen unentdeckte Chancen: Als die international führende Konsumgütermesse bildet die Ambiente den Wandel im Markt zukunftsorientiert ab. Sie zeigt fünf Tage lang einen einzigartigen Mix an Ideen und Produkten – und ist die Plattform für die weltweiten Trends. Für Tisch, Küche und Haushalt ist die Messe im Bereich Dining die unerreichte Nr. 1. Bei Living sind rund um Wohnen, Einrichten und Dekorieren alle Stilrichtungen und Marktsegmente erlebbar. Giving stellt Geschenke und persönliche Accessoires in allen Facetten vor und bietet zukünftig hochwertige Papeterie sowie Artikel rund um den Schulbedarf an. Der neue Bereich Working konkretisiert die Arbeitswelten von morgen. Mit den Zukunftsfeldern HoReCa und Contract Business verfügt die Ambiente zudem über eine ausgeprägte Ausrichtung auf das internationale Objektgeschäft. Die großen Themen Nachhaltigkeit, New Work, Design, Lifestyle, Digital Expansion of Trade und Future Retail begleiten die Veranstaltung genauso wie eine Vielzahl an Branchenevents, Nachwuchsprogrammen, Trendinszenierungen und Preisverleihungen. Aufgrund ihres in Breite und Tiefe konkurrenzlosen Produktangebots ist sie weltweit einzigartig und bietet für das Knüpfen von Kontakten und die Suche nach neuen Geschäftspartnern die besten Verbindung.
ambiente.messefrankfurt.com

Informationen zur Christmasworld

Die Christmasworld fokussiert die umsatzstärkste und emotionalste Zeit des Jahres und spielt den Erfolgsfaktor Erlebnis am „Point of Sale“ wie keine andere Konsumgüterfachmesse aus. Damit ist sie der weltweit wichtigste Order-Termin für die internationale Deko- und Festschmuckbranche. Sie zeigt jährlich in Frankfurt die neuesten Produkte und Trends für Weihnachten sowie alle weiteren festlichen Anlässe. Zusätzlich liefert sie innovative Konzeptideen für die Dekoration von Groß- und Außenflächen für den Groß- und Einzelhandel, Shoppingcenter und Innenstädte. Die Christmasworld wartet mit der gesamten Bandbreite an Dekorations- und Festschmuckartikeln auf – von der mundgeblasenen Weihnachtsbaumkugel über Bänder und Verpackungen bis zur großflächigen Lichtinszenierung für Shoppingcenter und Innenstädte.
christmasworld.messefrankfurt.com

Informationen zur Creativeworld

Die Creativeworld ist die weltweit wichtigste Fachmesse für die internationale Hobby-, Bastel- und Künstlerbedarfsbranche. Die Aussteller zeigen Produktneuheiten, Techniken und Materialien zum dekorativen Basteln, für den Grafik- und Künstlerbedarf, Handarbeit und textiles Gestalten, Graffiti und Street Art sowie fürs kreative Hobby. Die Fachmesse ist als Trend- und Businessplattform die erste Anlaufstelle im Geschäftsjahr. Für

den Groß- Einzel- und Fachhandel, für Baumärkte und Gartencenter, Internet- und Versandhandel ist die Creativeworld der ideale Ordertermin. Mit ihrem abwechslungsreichen Eventprogramm sorgt die Creativeworld für neue Ideen, Anregungen und Branchen-Know-how.
creativeworld.messefrankfurt.com

Welcome Home

Unter dem Motto „Home of Consumer Goods – Welcome Home“ finden vom 3./4. bis 7. Februar 2023 erstmalig die Ambiente, die Christmasworld und die Creativeworld zeitgleich auf einem der modernsten Messegelände der Welt statt. Die damit neu kreierte Kombination aus drei erfolgreichen Leitmessen an einem Ort zu einem Zeitpunkt verbindet so deren Stärken und bietet damit ein bisher unerreichtes, simultan verfügbares, zukunftsorientiertes Produktangebot in Qualität und Quantität. Das weltweite Geschäft mit großen Volumen wird intensiviert. Die Messe Frankfurt bietet auch künftig die größte Plattform für Global Sourcing außerhalb Chinas. Frankfurt ist damit das Zentrum der globalen Ordersaison, stärkt Synergieeffekte und Effizienz für alle Beteiligten und ist so der eine, umfassende Inspirations-, Order- und Netzwerktermin für eine globalisierte Branche. Hier werden die angesagten Trends präsentiert und die globalen Metatrends erfahr- und sichtbar.

nmedia.hub – Die Order- und Contentplattform der Home&Living Branche

Das digitale Order- und Contentmanagement für Marken und Händler*innen der Konsumgüterbranche verlängert die Messe und ermöglicht Bestellungen zu jeder Tages- und Nachtzeit an 365 Tagen im Jahr.

nmedia.solutions

Hintergrundinformation nachhaltige Messe Frankfurt

Die Unternehmensgruppe Messe Frankfurt gehört zu den weltweit führenden Messe-, Kongress- und Eventveranstaltern mit eigenem Gelände. Rund 2.200* Mitarbeitende im Stammhaus in Frankfurt am Main und in 28 Tochtergesellschaften organisieren Veranstaltungen weltweit. Der Konzernumsatz betrug im Geschäftsjahr 2022 rund 450* Millionen Euro. Die Geschäftsinteressen unserer Kund*innen unterstützen wir effizient im Rahmen unserer Geschäftsfelder „Fairs & Events“, „Locations“ und „Services“. Eine entscheidende Stärke der Messe Frankfurt ist ihr leistungsstarkes globales Vertriebsnetz, das engmaschig rund 180 Länder in allen Weltregionen abdeckt. Unser umfassendes Dienstleistungsangebot – onsite und online – gewährleistet Kund*innen weltweit eine gleichbleibend hohe Qualität und Flexibilität bei der Planung, Organisation und Durchführung ihrer Veranstaltung. Mittels digitaler Expertise entwickeln wir neue Geschäftsmodelle. Die Servicepalette reicht von der Geländevermietung über Messebau und Marketingdienstleistungen bis hin zu Personaldienstleistungen und Gastronomie.

Nachhaltigkeit ist eine zentrale Säule unserer Unternehmensstrategie. Dabei bewegen wir uns in einer Balance zwischen ökologischem und ökonomischem Handeln, sozialer Verantwortung und Vielfalt.

Weitere Informationen: www.messefrankfurt.com/sustainability

Hauptsitz des Unternehmens ist Frankfurt am Main. Anteilseigner sind die Stadt Frankfurt mit 60 Prozent und das Land Hessen mit 40 Prozent.

Weitere Informationen: www.messefrankfurt.com

* vorläufige Kennzahlen 2022