

ambiente

Ambiente 2022: Special Interest Ethical Style rückt nachhaltige Produkte in den Mittelpunkt

Frankfurt am Main, Dezember 2021. Die Ambiente ist mit ihrem Special Interest Ethical Style ein wichtiger und wertvoller internationaler Handelsplatz für nachhaltig produzierte Konsumgüter. 160 Aussteller der Leitmesse wurden dafür von einer Fachjury ausgewählt. Die nachhaltigen und sozialverträglichen Produkte sind sowohl vom 11. bis 15. Februar 2022 in Frankfurt am Main live zu erleben, als auch 365 Tage im Jahr in der Ausstellersuche online dargestellt.

Verbraucher wünschen sich zunehmend ein positives Gefühl bei den Dingen, mit denen sie sich umgeben. Sie werden achtsamer und kritischer beim Einkauf, sind in der Regel gut informiert und fragen nach Herkunft, Herstellung, Materialien und Sozialverträglichkeit der Produkte. Der Handel hat das erkannt und bedient die Kundenwünsche beispielsweise mit recyclingfähigen und Fair Trade-Projekten. Doch welche Anbieter und welche Produkte sind tatsächlich nachhaltig? Antworten dazu gibt das Special Interest Ethical Style der Ambiente.

Insgesamt 160 Unternehmen, davon 85 Neubewerbungen sowie 75 Aussteller der Vorveranstaltung, die ebenfalls eine Bestätigung für 2022 erhalten haben, wurden für das kuratierte Verzeichnis von der Fachjury ausgewählt. Dabei haben sie bewiesen, dass sie nach ökologischen und sozialverträglichen Kriterien produzieren. Nun können sie mit der Filterfunktion Ethical Style in der Online-Ausstellersuche gefunden werden und erhalten einen Hinweis an ihrem Stand vor Ort auf der Ambiente.



Die Bezeichnung Ethical Style macht auf nachhaltige Produkte aufmerksam.

„Der Special Interest Ethical Style ist ein wertvolles Instrument für den zeitgeist- und zukunftsorientierten Handel und führt die Messebesucher über alle Angebotsbereiche hinweg zu Unternehmen, die nachhaltig und sozialverträglich hergestellte Produkte präsentieren“, sagt Yvonne Engelmann, Leiterin Ambiente Living & Giving, Messe Frankfurt Exhibition GmbH. Sechs klar definierte Kategorien bilden dabei die Leitplanken. Diese sind: umweltfreundliches Material, ressourcenschonende Herstellung, faire und soziale Produktion, Re- oder Upcycling Design sowie Handarbeit und nachhaltige Innovation.

Welche Unternehmen und Produkte aufgenommen werden, obliegt einer unabhängigen Jury internationaler Experten. Diese setzt sich zusammen aus Christina Bocher (DEKRA Assurance Services GmbH), Kees Bronk (CBI, Center for the Promotion of Imports from Developing Countries), Lutz Dietzold (Rat für Formgebung), Max Gilgenmann (Experte für textile Nachhaltigkeitskriterien), Sabine Meyer (Side by Side, Caritas Wendelstein Werkstätten) sowie Mimi Sewalski (avocadostore.de).

Die Fachjury hat sich unter anderen für Originalhome und dessen Beispiel für „bewusstes Leben“ entschieden. „Organisches Innendesign, das wirklich etwas bewirkt, ist die Mission von Originalhome. Sie haben acht Wirkungskategorien definiert, die unter anderem umweltfreundliche Produkte und Produktionsprozesse sowie ethische und soziale Verantwortung umfassen. Indem sie über die sozialen und ökologischen Auswirkungen der einzelnen Produkte informieren, wollen sie bewusste Konsumententscheidungen unterstützen. Darüber hinaus arbeitet Originalhome daran, seine CO2-Emissionen zu kompensieren, um klimaneutral zu sein“, begründet Jurymitglied Christina Bocher ihre Entscheidung.

Auch Vasap Design konnte die Fachjury überzeugen. Dazu sagt Jurymitglied Max Gilgenmann: „Vasap Design sticht nachhaltig aus dem Mainstream hervor, indem sie ausschließlich mit recyceltem Plastik produzieren und hierzu einen eigenen Recyclingkreislauf, inklusive gemeinwohlorientierter Zusammenarbeit mit lokalen Müllsammlern in Brasilien, aufgebaut haben. So macht Plastik Sinn und hat uns überzeugt.“

Die lange Vorarbeit des Unternehmens Koziol hat sich ausgezahlt und die Jury beeindruckt: „Koziol, die führende Marke für Haushaltswaren aus Kunststoff, hat ein Jahr im Labor verbracht und ein neues Material entwickelt, das aus Zellulosefasern und Thermoplasten besteht. Dadurch sind die Artikel zu 100 Prozent recycelbar. Damit setzt sich Koziol an die Spitze der Nachhaltigkeitsdiskussion in seiner Kategorie. Die neuen Millennial- und Generation Z-Konsumenten von heute, die den Klimawandel als ihre größte Sorge bezeichnen, werden das zu schätzen wissen“, sagt Jurymitglied Kees Bronk.

Auch über den Special Interest Ethical Style hinaus gibt es wertvolle nachhaltige Projekte auf der Ambiente zu entdecken. Hier sticht zum Beispiel die Initiative MADE51 hervor, die bereits zum vierten Mal im Rahmen einer Sonderpräsentation an der Ambiente teilnimmt. Die Initiative unter dem Flüchtlingshilfswerk der Vereinten Nationen (UNHCR) zeigt in der Galleria 0 wieder einzigartige, handgefertigte Wohn- und Modeaccessoires, die in Flüchtlingscamps in über 30 Ländern der Welt hergestellt werden. Durch die Teilnahmen an der Ambiente hat MADE51 unter anderem Aufträge von großen internationalen Marken erhalten, die bereit waren Flüchtlingshandwerker*innen in ihre Lieferketten aufzunehmen

und ihnen damit ein Einkommen zu sichern sowie Anerkennung und Wertschätzung zu geben.

Die Ausstellersuche mit der Filterfunktion zum Special Interest Ethical Style ist unter folgendem Link abrufbar:
ambiente.messefrankfurt.com/ethicalstyle-exhibitors

Die nächste Ambiente findet vom 11. bis 15. Februar 2022 statt.

Hinweis für Journalisten:

Inspirationen, Trends, Styles und Persönlichkeiten entdecken Sie im [Ambiente Blog](#).

Presseinformationen & Bildmaterial:

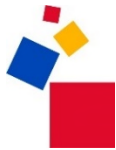
www.ambiente.messefrankfurt.com/journalisten

Ins Netz gegangen:

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

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

Hashtag: #ambiente22



Ihr Kontakt:

Ina Gerbig

Tel.: +49 69 75 75-6082

ina.gerbig@messefrankfurt.com

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

www.messefrankfurt.com

Internationale Leitmesse Ambiente

Die Ambiente ist die internationale Leitmesse und weltweite Nummer 1 für Produkte rund um den gedeckten Tisch, Küche und Hausrat, Einrichtungs- und Dekorationsaccessoires, Wohnkonzepte, Geschenkartikel und modische Accessoires. 2020 wurde die Ambiente um eine eigene Hallenebene für Aussteller der Hotel-, Restaurant- sowie Catering-Branche (HoReCa) erweitert und ist damit die führende internationale Front of House-Plattform. Als globaler Contract Business-Hotspot verfügt die Ambiente zudem über eine ausgeprägte Ausrichtung auf das internationale Objektgeschäft. Die Ambiente ist der globale Treffpunkt für eine gesamte Branche. Aufgrund ihres in Breite und Tiefe konkurrenzlosen Produktangebots ist sie weltweit einzigartig. Auf der Ambiente 2020 zeigten 4.582 Aussteller aus 92 Ländern den rund 101.000 Fachbesuchern aus 158 Ländern fünf Tage lang ihre Produktklassiker und Innovationen. Die bedeutendste globale Konsumgütermesse bietet gleichzeitig eine Vielzahl an Branchenevents, Nachwuchsprogrammen, Trendinszenierungen und Preisverleihungen.

Conzoom Solutions – die Plattform für den Handel

Die Wissensplattform Conzoom Solutions bietet dem Konsumgüterhandel ein vielfältiges Angebot wie Studien, Trendvorstellungen, Workshops oder Anleitungen für den Point of Sale. Sie gibt einen Komplettüberblick über das internationale Portfolio der Messe Frankfurt im Konsumgüterbereich und stellt dort gebündelt Informationen für den Handel zusammen.

www.conzoom.solutions

Der digitale Marktplatz Nextrade

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

www.nextrade.market

Hintergrundinformation Messe Frankfurt

Die Unternehmensgruppe Messe Frankfurt ist die weltweit größte Messe-, Kongress- und Eventveranstalterin mit eigenem Gelände. Zum Konzern gehören rund 2.300* Mitarbeitende im Stammhaus in Frankfurt am Main und in 30 Tochtergesellschaften weltweit. Das Unternehmen hat im Jahr 2021 zum zweiten Mal in Folge mit den Herausforderungen der Pandemie zu kämpfen. Der Jahresumsatz wird rund 140* Millionen Euro betragen, nachdem vor der Pandemie im Jahr 2019 noch mit einem Konzernumsatz von 736 Millionen Euro abgeschlossen werden konnte. Auch in den schwierigen Zeiten der Corona-Pandemie sind wir mit unseren Branchen international vernetzt. Die Geschäftsinteressen unserer Kund*innen unterstützen wir effizient im Rahmen unserer Geschäftsfelder „Fairs & Events“, „Locations“ und „Services“. Ein wesentliches Alleinstellungsmerkmal der Unternehmensgruppe ist das globale Vertriebsnetz, das engmaschig alle 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. Unsere digitale Expertise bauen wir um neue Geschäftsmodelle aus. Die Servicepalette reicht von der Geländevermietung über Messebau und Marketingdienstleistungen bis hin zu Personaldienstleistungen und Gastronomie. 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 2021