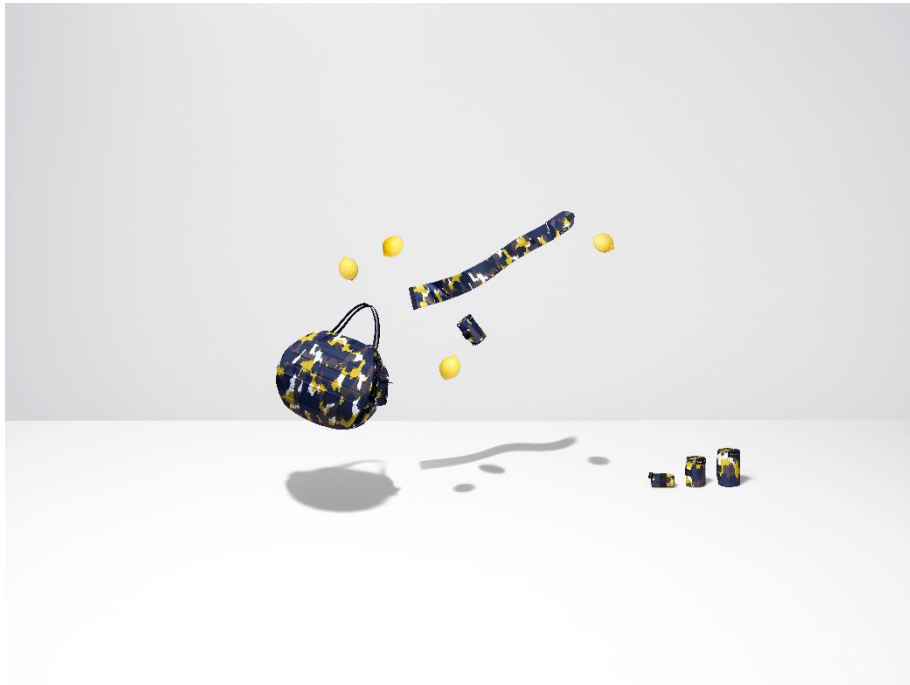


Ethical Style: Der Wegweiser zu nachhaltigen Sortimenten

Frankfurt am Main, Januar 2026. Verantwortungsvoller Konsum ist einer der zentralen Megatrends unserer Zeit. Das zeigt auch das große Interesse auf Besucher*innen- und Ausstellerseite am Special Interest Ethical Style, das 2026 in die elfte Runde geht. Das kuratierte Angebot bietet eine Fülle an Inspiration und wertvolle Orientierung für eine nachhaltige Sortimentsgestaltung. Welche Aussteller und Produkte bei der kommenden Ausgabe des Messtrios Teil des Nachhaltigkeitsprogramms sind, hat die Jury nun entschieden.



Bei Ambiente Giving wurden unter anderem die faltbaren Taschen aus recyceltem Kunststoff mit dem Ethical Style-Label ausgezeichnet. Foto: Shupatto / Marna

Das Votum steht fest: 2026 tragen insgesamt 335 Aussteller des Frankfurter Konsumgütermesstrios das Ethical-Style-Label. Davon entfallen 289 auf die Ambiente, 32 auf die Christmasworld und 14 auf die Creativeworld, wobei 123 Teilnehmer*innen von der unabhängigen, international besetzten Experten-Jury neu juriert wurden. Zu den Kriterien für die Auszeichnung mit dem begehrten Nachhaltigkeits-Label, das jeweils drei Jahre seine Gültigkeit behält, zählen unter anderem die Verwendung von umweltfreundlichen und kreislauffähigen Materialien, eine ressourcenschonende Produktionsweise, handwerklich tradierte Herstellungsverfahren sowie sozial faire Arbeitsbedingungen.

Für die Aufnahme in das Programm bewerben können sich Unternehmen sowohl mit einzelnen Produkten als auch mit kompletten Produktlinien oder als gesamtes

Unternehmen. Nachfolgend werden beispielhafte Teilnehmer vorgestellt, deren innovative Konzepte die Jury besonders überzeugt haben. Alle Produkte verbinden ökologische und soziale Verantwortung mit modernem Design und machen deutlich, wie zeitgemäße Nachhaltigkeit heute aussieht.

Ambiente Dining: Nature Line Cutlery Oy, Finnland (Halle 9.0 A74)

Das finnische Unternehmen Nature Line fertigt Besteck, das zu 95 Prozent aus Biokomposit besteht – einer Mischung aus Weichholz und ISCC+-zertifiziertem, erneuerbarem Polypropylen, das ausschließlich aus Holz, genauer gesagt aus Tallöl, einem Rückstand aus Kiefern, hergestellt wird. So trägt das Produkt weder zur Entwaldung noch zum Verlust der Artenvielfalt bei. Hergestellt in Finnland, erfüllt das Besteck alle Sicherheits- und Lebensmittelstandards. „Die Marke Nature Line bietet wunderschönes und langlebiges Besteck aus Holzfasern an. Sie achtet darauf, nicht zur Abholzung der Wälder beizutragen. Während die EU darum kämpft, die neue Europäische Entwaldungsverordnung (EUDR) in Kraft zu setzen, loben wir Nature Line dafür, dass sie der Konkurrenz einen Schritt voraus ist“, fasst Juror Kees Bronk von GO! GoodOpportunity das Votum der Jury zusammen.

Ambiente Giving: Shupatto / Marna, Japan (Halle 4.2 H11)

Platzsparend und einfach im Handling: Einmal an beiden Enden kräftig ziehen – und schon faltet sich die Tragetasche der japanischen Marke Shupatto / Marna komplett zusammen. Im Anschluss wird sie zusammengerollt und mit einem Druckknopf verschlossen. Möglich macht es ein ausgeklügeltes Falt-Design, das an Origami erinnert. „Mit den Taschen ist es Shupatto / Marna gelungen, ansprechendes Design, das voll im Trend liegt, mit einem hohen Maß an Nachhaltigkeit zu verbinden. Dank dem „One-Pull“-Faltsystem wird aus einem kleinen Päckchen eine große Tasche. Gefertigt aus 100 Prozent recyceltem Kunststoff, umweltschonend bedruckt und problemlos waschbar sind die Taschen ideal für einen umweltbewussten Lebensstil“, erklärt Jurorin Sabine Meyer von side by side Design der Caritas Wendelstein Werkstätten.

Ambiente Living: My Flame Lifestyle, Niederlande (Halle 3.0 A70)

My Flame Lifestyle hat sich auf die Herstellung von Bio-Kerzen aus nachhaltigem Sojawachs spezialisiert. Jurorin und Nachhaltigkeitsexpertin der DEKRA, Christina Bocher zeigt sich begeistert vom verantwortungsbewussten Design der Produkte: „My Flame Lifestyle zeigt, wie Kerzenhersteller erneuerbare Materialien mit transparenten Beschaffungspraktiken kombinieren können. Durch die Verwendung von gentechnikfreiem Sojawachs anstelle von Paraffin und die Verpflichtung zu einer RTRS-konformen Beschaffung demonstriert die Marke eine klare Hinwendung zu einer saubereren Produktion. Ihr designorientierter Ansatz verbindet die Materialauswahl mit sichtbaren Nachhaltigkeitszielen und setzt damit Maßstäbe dafür, wie Lifestyle-Marken bessere Materialien und Lieferkettenbewusstsein in attraktive Konsumgüter integrieren können.“

Ambiente Global Sourcing: Textialpaca, Peru (Halle 10.4 B63)

Textialpaca aus Peru bietet seit über 35 Jahren hochwertige Kleidungsstücke und Stoffe aus besten Alpakafasern an. Dabei handelt das Unternehmen sozial verantwortlich und arbeitet im Rahmen der Initiative „We Care“ mit Strickerinnen aus der kleinen peruanischen Stadt Callalli zusammen, die unter prekären Bedingungen leben und durch ihre Arbeit ihren Kindern eine bessere Lebensqualität ermöglichen können. „Die Produkte stehen für traditionelle peruanische Webkunst, Qualität, Weichheit und Langlebigkeit. Mit der Organisation von „We Care“ übernimmt das Unternehmen zusätzlich soziale Verantwortung

zur Verbesserung der Lebensgrundlagen von Weberinnen in einem abgelegenen Bergdorf in den Anden“, erläutert Sabine Meyer die Entscheidung der Jury.

Christmasworld: Richard Mahr / Marolin Manufaktur, Deutschland (Halle 4.1 H34)

Vor über 120 Jahren schuf Richard Mahr die Marolin®-Masse aus Kaolin, Ton, Kreide, Papierfasern und Pflanzenleim, mit der sich Figuren aller Art in unterschiedlichen Größen fertigen lassen. Seitdem steht das Unternehmen aus dem thüringischen Steinach für saisonale Dekoobjekte, allen voran für traditionelle Krippenfiguren, nostalgischen Baumschmuck sowie Hasenfiguren für Ostern. Das Sortiment wird stetig erweitert, aktuell umfasst es mehr als 1.300 Objekte. Jurymitglied und Nachhaltigkeitsexpertin Mimi Sewalski erklärt: „Marolin steht für eine bemerkenswerte Verbindung aus Tradition und Widerstandskraft. Die Manufaktur zeigt, wie ein Unternehmen durch handwerkliche Beständigkeit und gelebte Werte über Generationen hinweg resilient bleiben kann.“

Creativeworld: Hahnemühle FineArt, Deutschland (Halle 1.2 B20)

Als Papiermühle 1584 in Südniedersachsen gegründet, entwickelte sich die Hahnemühle über die Jahre hinweg zu einer innovationsfreudigen und nachhaltig agierenden Manufaktur. Aus hochwertigen Zellstoffen und reinem Quellwasser werden dort nach teilweise Jahrhunderte alten Rezepturen verschiedene Papiere gefertigt. Dabei werden traditionelle Herstellungsverfahren mit innovativen Produktideen kombiniert. Das Ergebnis: einzigartige, hochwertige Papiere für verschiedene Anforderungen. „Die Natural Line von Hahnemühle beeindruckt mit Künstlerpapieren aus vollständig recyclebaren, veganen Pflanzenfasern wie Bambus oder Hanf, die in ressourcenschonender Kaskadennutzung entstehen. Damit zeigt das Unternehmen eine vorbildliche Verbindung aus nachhaltiger Materialwahl und energieeffizienter Produktion“, so Jurymitglied Lutz Dietzold vom Rat für Formgebung.

Das Ethical Style-Label: Praktische Orientierungshilfe für den Handel



Weil die Zeit auf der Messe effizient genutzt werden will, macht das Ethical Style-Programm die Suche nach nachhaltigen Produkten ganz einfach: In der Online-Ausstellersuche können Händler*innen gezielt nach dem Special Interest filtern. Auf den Messen selbst weist das Ethical-Style-Label an den jeweiligen Ständen der

teilnehmenden Aussteller interessierten Besucher*innen den Weg. Zusätzlich rücken zwei Ethical-Style-Spots – einer in Halle 3 im Via-Foyer und ein weiterer im Foyer der Halle 10.1 – das Thema Nachhaltigkeit in den Fokus. Die Sonderareale vereinen ausgewählte Produkte aller drei Messen in einer inspirierenden Präsentation – und bieten damit eine wertvolle Anregung für den Point of Sale.

Hinweis für Journalist*innen:

Tagesaktuelle News, Expertenwissen und Ideen für den Handel entdecken Sie auf [Conzoom Solutions](#). Mit dem Netzwerk [Conzoom Circle](#) verknüpft die Messe Frankfurt die international bedeutendsten Plattformen für die globale Konsumgüter- und Handelsbranche und bündelt online Branchenwissen und -kompetenz.

Presseinformationen & Bildmaterial:

ambiente.messefrankfurt.com/presse |

christmasworld.messefrankfurt.com/presse | creativeworld.messefrankfurt.com/presse |

nordstil.messefrankfurt.com/presse

Ins Netz gegangen:

www.facebook.com/ambientefair | 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

www.facebook.com/creativeworld.frankfurt | www.instagram.com/creativeworld.frankfurt/
www.linkedin.com/company/creativeworldfrankfurt

Hashtags: #ambiente26 #ambientefair | #christmasworld26 #christmasbusiness |
#creativeworld26 #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

Hintergrundinformation Messe Frankfurt

www.messefrankfurt.com/hintergrundinformationen

Nachhaltigkeit bei der Messe Frankfurt

www.messefrankfurt.com/nachhaltigkeit-information

Hintergrundinformationen zu Conzoom Circle

conzoom-circle.messefrankfurt.com/information