

ambiente

Die Zukunft ist nachhaltig: Metatrend Sustainability boomt auf der Ambiente

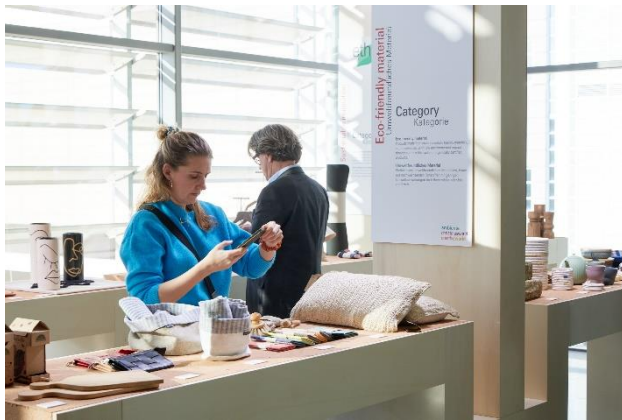
Frankfurt am Main, März 2023. Vom 3. bis 7. Februar fand die Weltleitmesse Ambiente auf dem Messegelände in Frankfurt statt. Das florierende Metathema Nachhaltigkeit zog sich wie ein roter Faden durch alle Messehallen. Die Ambiente bildete den Megatrend in allen vier Lebensbereichen ab und präsentierte im Rahmen von Sonderarealen, von Expert*innenvorträgen in den Academies und durch das Special Interest „Ethical Style“ innovative Nachhaltigkeitskonzepte und Produktwelten. Sie bot damit den internationalen Handelsplatz für nachhaltige Konsumgüter und gewerbliche Einrichtungen, inspirierte zum Umdenken und trieb den Wandel der Branche voran.

Woher kommen die Produkte und aus welchen Materialien sind sie gefertigt? Sind diese ökologisch abbaubar und recyclebar? Wie sind die Produktionsbedingungen? Und erfüllen die Unternehmen soziale und ethische Ansprüche? Mit diesen Fragen beschäftigen sich immer mehr Verbraucher*innen. In der Gesellschaft und in der Konsumgüterlandschaft findet ein Umdenken hin zu einem nachhaltigeren Lebensstil und zu einem bewussteren Verbraucherverhalten statt. Nachhaltigkeit ist längst ein entscheidendes Kaufkriterium und bleibt ein wichtiges Fokusthema. Als weltweit führende Konsumgütermesse greift die Ambiente diese Entwicklungen und das pulsierende Metathema schon seit Jahren auf: Von der Produktion, über den Point-of-Sale bis hin zur Vermarktung liefert sie spannende Impulse, nachhaltige Produktneuheiten und alternative Lösungsansätze. „Die Ambiente ist der zentrale Marktplatz für all jene, die umweltfreundlich produzierte Konsumgüter und neue, nachhaltig orientierte Geschäftskontakte suchen. Die Ambiente Trends und die Projekte der Nachwuchsdesigner*innen zeigen: hier spielt die Zukunftsmusik. Immer mehr wegweisende Aussteller beteiligen sich an unserem Programm „Ethical Style by Ambiente“. Und unsere Academies liefern konkrete Best-Practices, die auch nach der Messe über unsere ergänzenden Onlineplattformen 24/7 verfügbar sind. Wir planen bereits unterjährige Online-Events zum Thema Nachhaltigkeit und lassen ausgewählte Expert*innen zu neuen Entwicklungen und Marktchancen sprechen“, sagte Julia Uherek, Bereichsleiterin Consumer Goods Fairs.

Special Interest: Ethical Style by Ambiente

Das Programm „Ethical Style by Ambiente“ rückte Aussteller mit ökologisch hergestellten und sozial verträglichen Produkten in den Fokus. Unternehmen konnten sich für das Programm bewerben und wurden von einer unabhängigen Jury aus internationalen Expert*innen geprüft. Insgesamt erhielten 253 Ambiente-Aussteller die Auszeichnung „Ethical Style“. Die Kennzeichnung an den Ständen und im Onlineprofil der Ausstellersuche hob nachhaltig produzierte Produkte und umweltfreundliche, ethisch handelnde Unternehmen hervor, erleichterte Messebesucher*innen die Suche nach für sie relevanten Ausstellern und bot Orientierung in dem wachsenden Produktangebot. Die

Ambiente präsentierte zudem erstmals zwei „Ethical Style Spots“ auf dem Gelände. Die Sonderpräsentationen zeigten Ausschnitte kuratierter Produkte, die Design und Nachhaltigkeit vereinten.



Ethical Style Spot auf der Ambiente. Foto: Messe Frankfurt/Jean-Luc Valentin.

Perspektivenwechsel: Nachhaltigkeit zwischen Tradition und Innovation

Dass Nachhaltigkeit viele Facetten hat, zeigt das Konzept der World Fair Trade Organization (WFTO) „Beyond Beautiful“. Die kuratierte Präsentation handwerklicher Produkte von verifizierten Fair-Trade-Unternehmen fördert globale Handwerker und bietet Einzelhändlern und Importeuren neue Beschaffungsmöglichkeiten. „Beyond Beautiful“ schafft eine Brücke von traditionellem Kunsthandwerk hin zu kreativen Innovationen und erzählt die Geschichten hinter den Fair-Trade-Produkten: Die Holz-, Metall- und Keramikarbeiten, die Webereien, Korbwaren und Stickereien stehen für Tradition und Handwerkskunst, für kollektive Gemeinschaft und für Respekt für natürliche Ressourcen. Einen Perspektivenwechsel gibt auch die Marke „MADE51“ vom UNHCR, dem Flüchtlingshilfswerk der Vereinten Nationen. Das Label fördert gezielt kreative Schöpfungen von geflüchteten Kunsthandwerker*innen mit dem Ziel, diese in globale Wertschöpfungsketten einzubinden. Um die individuellen Kollektionen von designorientierten Wohnartikeln, Modeaccessoires und Geschenken zu entwickeln, bekommen talentierte Kunsthandwerker*innen aus der ganzen Welt Unterstützung von lokalen Sozialunternehmen. Jedes Objekt spiegelt die Fähigkeiten und die Geschichte der geflüchteten Kunsthandwerker*innen wider. Das Kooperationsmodell gibt Einzelhändlern, Marken und Designern die Möglichkeit, die Vermarktung dieser besonderen Unikate zu unterstützen und damit einen Schritt in die richtige Richtung zu gehen.

Die Zukunft der Tischkultur ist zirkulär

Regenerative Energien, emissionsverringende Technologien und ein umweltschonender Umgang mit Ressourcen – das Sonderareal „Circular Materials for Future Dining“ fokussierte auf organische Rohstoffe für eine neue Materialkultur. Die Botschaft: Industrielle Gesellschaften müssen zwingend umdenken und den Transfer hin zu einer Circular Economy bewältigen. Pr. Dr. Sascha Peters, Kurator der Sonderpräsentation und Geschäftsführer des Zukunftsinstituts HAUTE INNOVATION, erfasste relevante Material- und Technologieentwicklungen und entwickelte Szenarien und Produktlösungen für die Märkte der Zukunft. Im Rahmen des Sonderareals inszenierte er die Materialausstellung als Inspiration für zukunftsorientierte, weitreichende Innovationen speziell für den Dining-Bereich. Zahlreiche Unternehmen setzen bereits auf zirkuläre Materialien: So zeigte das deutsche Familienunternehmen Koziol, wie nachhaltig Genuss sein kann. Die neue

Produktlinie „Bio-Circular“ des Nachhaltigkeitsbrands basierte auf einem neuartigen, biozirkulären und recycelbaren Kunststoff, das in einem speziellen Recyclingverfahren aus entsorgten Sonnenblumen- und Rapsölen aus Industrie und Gastronomie generiert wird. Die zugesetzten Holzfasern aus Resten der Forstpflge und Papierherstellung stammten aus europäischem, FSC-zertifiziertem Anbau. Eine weitere Alternative tischte das niederländische Unternehmen Originalhome auf. Die Kollektion aus handgefertigten Trinkgläsern, Karaffen und Vasen wurde aus Upcycling-Weinflaschen auf Sansibar generiert. Dort landen aufgrund fehlender Recyclingsysteme viele Touristenabfälle im Meer oder auf dem Müll. Das internationale Unternehmen von einer Gruppe unabhängiger Fachleute setzte ihr Know-how bewusst ein und gab Abfälle zurück in den Kreislauf.



Die Sonderpräsentation „Circular Materials for Future Dining“ rückte die Materialentwicklung auf Basis organischer Rohstoffe in den Fokus und gab den Ton an für die Zukunft der Tischkultur.
Foto: Messe Frankfurt/Petra Wenzel.

Auch die neue Arbeitskultur tickt grün

Wohin geht die Reise beim Thema umweltfreundliches Büro? Inwieweit beschleunigt der Metatrend New Work und das Umdenken hin zu Work-Life-Blending die Umsetzung nachhaltiger Aspekte – im Home(Office), in Co-Working Spaces oder Hotels? Auch hierzu bot die Ambiente mit dem neuen Bereich Working passende Antworten und vereinte innovativ denkende Anbieter wie das Start-up Sustainable Manufacturing mit ihrer Marke Recozy. Diese richtete den Blick auf zukunftsfähige Alternativen im Interior Design und setzte auf die Prinzipien der Kreislaufwirtschaft. Im eigenen Werk in Norddeutschland fertigt sie Leuchten, Wohnaccessoires und Möbel im 3D-Druckverfahren – ressourcenschonend und nahezu CO₂-neutral. Gedruckt wird nur auf Bestellung, die Lieferkette liegt zu über 90 Prozent in Europa. Alle Objekte können am Ende ihres Lebenszyklus in ihre jeweiligen Einzelteile zerlegt und die Komponenten voneinander getrennt werden. Ein weiteres nachhaltiges PBS-Produktbeispiel präsentierte die griechische Marke Flexbook mit ihrer neuen Notizbuch-Linie Ecosmile. Das verwendete „Crush“-Papier stammt von der italienischen Manufaktur Favini. Das Material ist kompostierbar, frei von Säure sowie Industrieruß (Carbon Black) und spart zwanzig Prozent Kohlenstoffdioxid im Vergleich zur herkömmlichen Herstellung ein. Im Areal Future of Work standen konzeptionelle Lösungen und nachhaltige Ansätze für das moderne Büro und dessen Ausstattung mit Präsentationen zu den Themen Office, Collaboration und Homeoffice sowie Smart Furniture im Mittelpunkt. Denn durch flexible Arbeitsbereiche und intelligente technische Ausstattung können Energie und Kosten eingespart werden. Übergreifend liegt der Fokus auf zeitlosen Designkonzepten, durchdachte Formgebung, hochwertige Materialien sowie auf innovative Funktionalität und Flexibilität, um eine nachhaltige Arbeitsatmosphäre und verbesserte Wohnqualität zu bieten.

Bühne frei für das Metathema Nachhaltigkeit

Sie betrachteten das Metathema Nachhaltigkeit ganzheitlich und aus verschiedenen Blickwinkeln: Die Academies der Ambiente rückten je nach Schwerpunkt verschiedene Facetten des vielschichtigen Metathemas in den Vordergrund und regten zum Wissensaustausch an. Topreferent*innen und Expert*innen aus den jeweiligen Branchen gaben den Fachbesucher*innen in den Vortragsarealen gezielt Antworten auf brandaktuelle Entwicklungen aus dem Markt, nachhaltige Impulse sowie konkrete Best-Practice-Beispiele an die Hand. Wertvolles Know-how bot zum Beispiel der Sustainable Office Day im Rahmen der Future of Work Academy. Organisiert wurde der Thementag zu Praxisbeispielen und Lösungsansätzen rund um das „grüne Büro“ vom Bundesdeutschen Arbeitskreis für umweltbewusstes Management. Topthemen waren beispielsweise „Die Kreislaufwirtschaft im Büro“, die Lothar Hartmann von der memo AG beleuchtete oder der Vortrag „Nachhaltige Beschaffung – Nachwachsende Rohstoffe im Einkauf“ von Ute Papenfuß von der Fachagentur Nachwachsende Rohstoffe. „Quo vadis Office? Einen Kompass für eine nachhaltige Bürogestaltung“ lieferte Burkhard Remmers von Wilkhahn und Ralf Lokay von der gleichnamigen Druckerei referierte zum Thema „Green Printing“. Darüber hinaus wurden die Preistragenden des fünfzehnten Wettbewerbs „Büro & Umwelt 2022“ ausgezeichnet. Die Preisverleihung sollte auf die Möglichkeiten eines schonenden Umgangs mit Ressourcen im Büroalltag und auf Umweltaspekte bei der Beschaffung von Büroartikeln und der Ausstattung von Büroräumen aufmerksam machen.



Der Sustainable Office Day vom B.A.U.M. war ein starker nachhaltiger Impulsgeber innerhalb der Future of Work Academy. Foto: Messe Frankfurt/Jean-Luc Valentin.

In der Conzoom Solutions Academy stellte Jane Means „Kostengünstige und nachhaltige Ideen für den Geschenkverpackungsservice im Einzelhandel“ vor, während Dr. Dominik Patztek von WWF Deutschland „für eine kreislaforientierte Wirtschaft innerhalb der planetaren Grenzen“ plädierte. Prof. Dr. Sascha Peters, Geschäftsführer des Zukunftsinstituts HAUTE INNOVATION, referierte zum Thema „Konsum im Kreislauf – Nachhaltige Materialien für Konsumgüter der Zukunft“ und gab im Rahmen der HoReCa Academy zudem wegweisende Denkanstöße zu „zirkulären Materialien für die Zukunft der Tischkultur“. Die HoReCa Academy behandelte weiterhin Aspekte wie die „Zero Waste Küche – Der Schlüssel zu mehr Wertschätzung“ durch die Referentin Sophia Hoffmann sowie das Problem des Greenwashings durch David Tarsh von der EEA, The Energy & Environment Alliance. Und in der Remanexpo Academy ging Elisabeth McKee in ihrer Rede „Nachhaltigkeit im Aftermarket“ auf Verbraucher*innen ein.

Die Ambiente findet auch zukünftig zeitgleich mit der Christmasworld und Creativeworld auf dem Frankfurter Messegelände statt:

Christmasworld/Ambiente: 26. bis 30. Januar 2024
Creativeworld: 27. bis 30. Januar 2024

Hinweis für Journalist*innen:

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

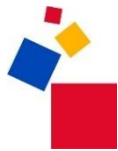
Presseinformationen & Bildmaterial:

www.ambiente.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

Hashtags: #ambiente23 #ambientefair #welcomehome



Ihr Kontakt:

Magdalena Gredel
Tel.: +49 69 7575-6221
magdalena.gredel@messefrankfurt.com

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

www.messefrankfurt.com

Internationale Leitmesse Ambiente

Neue Blickwinkel eröffnen unentdeckte Chancen: Als international führende Konsumgütermesse und Plattform für die gewerbliche Ausstattung und Einrichtung aller Lebensbereiche 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 Verbindungen.

Home of Consumer Goods

Unter dem Motto „Home of Consumer Goods“ finden vom 26./27. bis 30. Januar 2024 die Ambiente, die Christmasworld und die Creativeworld zeitgleich auf einem der modernsten Messegelände der Welt statt. Die damit kreierte Kombination aus drei erfolgreichen Leitmesse 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.

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

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.

www.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