

Pressemitteilung

16. November 2021

Die Modebranche steht auf grün – bereits 150 Labels haben sich für die Neonyt im Januar 2022 angemeldet und sind bereit für die Frankfurt Fashion Week

Laura Schönhardt
Tel. +49 69 75 75-57 11
laura.schoenhardt@messefrankfurt.com
www.messefrankfurt.com
www.neonyt.com

Die Zeichen für die erste physische Neonyt nach der Corona-Zwangspause stehen gut: Die Labels sind motiviert, die Branche heiß auf nachhaltige Innovationen und Frankfurt bereit für die Fashion Week – vom 18. bis 20. Januar 2022 gibt die Neonyt den Takt in Sachen Sustainable Fashion, Lifestyle und textiler Innovationen an.

Sustainability und Digitisation: Die beiden Leitthemen der Frankfurt Fashion Week sind die DNA, aus der die Neonyt gemacht ist. Gemeinsam definieren Fair Fashion Pioniere, etablierte Marken und nachhaltige Newcomer auf der Neonyt das Set-up der Branche: Mode wird zur Schnittstelle von Design und Nachhaltigkeit, Inklusion und Digitalisierung, Verantwortung und Technologie, Diversität und Konformität.

„Fehlende Transparenz in der textilen Liefer- und Wertschöpfungskette und vermeidbare Umweltverschmutzung gab es schon vor dem Ausbruch der Corona-Pandemie, ebenso den menschengemachten Klimawandel“, sagt Olaf Schmidt, Vice President Textiles & Textile Technologies der Messe Frankfurt. „In den Zeiten der Krise wurden diese globalen Probleme jedoch noch deutlicher in den Fokus gerückt. Die Frage, die sich jetzt stellt, ist, wie ändern wir das Set-up, um diesen Herausforderungen gemeinsam entgegenzutreten.“

Neonyt approved: auf Nachhaltigkeit geprüft und modisch kuratiert Labels, die auf der Neonyt ausstellen, durchlaufen seit jeher vor ihrer Zulassung einen Nachhaltigkeits- und Style-Check. In einem mehrseitigen Fragebogen müssen interessierte Labels konkrete Angaben zu ökologischen und sozialen Aspekten ihrer Nachhaltigkeit machen und diese transparent beispielweise durch Zertifikate wie Bluesign, GOTS, Fair Trade oder Oeko-Tex sowie Multi-Stakeholder*innen-Programme oder Code-of-Conducts belegen. Auch werden Angaben zu ihrem CO2- und Wasserfußabdruck, zu ihrer Liefer- und Wertschöpfungskette sowie Angaben zur Ressourceneffizienz und innovativen Produktionszyklen abgefragt. Nur wer mindestens 70% der Anforderungen erreicht, darf auf der Neonyt ausstellen. Die Cross Sector-Community der Neonyt – Agenturen, Einkäufer*innen, Händler*innen, Marketing- und CSR-Verantwortliche,

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

Wirtschaftsjournalist*innen und Moderedakteur*innen – haben somit die Garantie echter modischer Nachhaltigkeit. Die Nachhaltigkeitschecks wurden in Zusammenarbeit mit Magdalena Schaffrin und Max Gilgenmann von Studio MM04 entwickelt und werden auch von ihnen durchgeführt. Die Gründer*innen von Studio MM04 sind unter anderem als Creative Sustainability Consultant und Sustainability Content Consultant der Neonyt tätig.

„Neonyt bedeutet ganzheitlich denken und nachhaltig agieren – vom Order-Business unserer Brands über die Diskussionsrunden auf der Fashionsustain-Konferenz, Best Practice-Beispiele in den Showcases und Lifestyle-Insights der Prepeek bis hin zu modischem Content unserer Fashion Show“, sagt Bettina Bär, Show Director der Neonyt. „Mode ist mehr als Business, Neonyt bedeutet mehr als Business – Neonyt bedeutet Community und gemeinsam schaffen wir Synergien und beleuchten Nachhaltigkeit von allen Seiten.“

Registriert und ready: Labels auf der Neonyt Trade Show

Alle, für die Mode und Nachhaltigkeit untrennbar verbunden sind, die die Textil- und Modebranche nachhaltig verändern und nach vorne bringen wollen, kommen auf die Neonyt. Zum aktuellen Zeitpunkt haben bereits 150 Labels eine Teilnahme im Januar 2022 angemeldet. Mit dabei sind unter anderem Dawn, Dedicated, Deuter, Flamingos‘ Life, Givn, Got Bag, KnowledgeCotton Apparel, Kuyichi, LangerChen, Lanius, Mela, Mud Jeans, SKFK und viele weitere international relevante Marken aus dem nachhaltigen Clothing- und Accessoires-Bereich. Warum sie auf der Neonyt dabei sind, verraten die Labels selbst:

Dawn etabliert in ihrer eigenen Factory neue Standards für Fairness, Transparenz und Umweltbewusstsein. Zwei Jahre in Folge haben sie dafür, als bislang einzige Brand, 100 von möglichen 100 Punkten beim Brand Performance Check der Fair Wear Foundation bekommen: „Wir freuen uns sehr, dass wir unsere Community nach all der Zeit endlich wieder von face-to-face treffen können“, sagt Ines Rust, CEO und Co-Founder von Dawn. „Wir sind sehr gespannt darauf, was diese Ausgabe der Neonyt für Dawn bringen wird und wir können es kaum erwarten, dabei zu sein!“

Dedicated aus Schweden hat es sich zur Aufgabe gemacht, zeitgemäße Casualwear zu kreieren, die auf verantwortungsvolle Weise produziert wird: „Das gesamte Markenkonzzept von Dedicated ist mit Nachhaltigkeit verbunden, deshalb ist Neonyt die perfekte Plattform, um diese Werte an Großhandelskund*innen und Partner*innen weltweit zu transportieren“, sagt Johan Graffner, CEO von Dedicated. „Die kommende Show im Januar 2022 wird der Start in ein neues Kapitel für bewusste Mode sein und das Thema noch stärker in den Mainstream bringen, im Bewusstsein der jüngsten globalen Entwicklungen.“

Deuter hat Erfahrung seit mehr als 120 Jahren, wenn es um nachhaltige Outdoor- und Performance-Kollektionen geht. 360 Grad Corporate Responsibility bedeutet für den Rucksack- und Schlafsackhersteller nachhaltiges Handeln in der gesamten Produktionskette und seit 2020 produzieren sie komplett PFC-frei: „Die Klimakrise ist die größte

Neonyt
Fashion, Sustainability and Innovation
Frankfurt am Main, 18. bis 20. Januar
2022

Herausforderung, der sich die Menschheit derzeit stellen muss“, sagt Matthias Herr, Lead Urban Sales von Deuter. „Mit ca. 1,2 Billionen Tonnen CO₂-Ausstoß pro Jahr ist die Textilindustrie dabei einer der größten Treiber. Wir sehen uns in der Verantwortung gemeinsam mit anderen Fachleuten aus der Industrie daran zu arbeiten, die Textil- und Modebranche nachhaltig zu transformieren. Neonyt bietet uns dafür eine hervorragende Plattform.“

Flamingos' Life hat das Ziel, nur biologisch abbaubare Turnschuhe herzustellen. Ihre Produktionsstätten in Spanien werden von Familien geführt und die Materialien selbst entwickelt – beispielsweise aus Mais, Bambus, Hanf, Bio-Baumwolle und Naturkautschuk. Jede ihrer Schuhkollektionen ist mit einem sozialen Projekt verbunden: „Wir nutzen unser Unternehmen als Medium des Wandels, um eine Lösung für die ökologische Krise zu finden, mit der wir konfrontiert sind“, sagt Carlos García, Founder und CEO von Flamingos' Life. „Im letzten Jahr haben wir einen positiven Trend festgestellt: Eine Veränderung im Verhalten unserer Verbraucher*innen. Sie achten mittlerweile auf den ökologischen Fußabdruck ihrer Einkäufe in Bezug auf Mode. Wir freuen uns sehr über diesen Wandel.“

Givn steht für minimalistisches Design, liebevolle Details und eine klare Handschrift – kombiniert mit innovativen, nachhaltigen Materialien und fairer Produktion in Europa: „Ein großer Fokus in der aktuellen Kollektion liegt auf den Themen Recycling und Zirkularität“, sagt Moritz Biel, Founder und CEO von Givn. „Wir freuen uns sehr darauf, wieder in persönlichen Austausch mit unseren Kund*innen treten zu können. Und überhaupt freuen wir uns auf die Fair Fashion-Community und darauf, alle auf der Neonyt live zu sehen und sich wieder austauschen zu können.“

Got Bag aus Mainz stellt sich einem der dringlichsten, globalen Umweltproblemen: Rund 75% des Mülls in den Meeren ist Plastik. In Java, vor der Küste Indonesiens, sammeln sie davon mittlerweile über 100 Tonnen monatlich, recyceln das Plastik und stellen daraus zeitlos designte Rucksäcke her: "Wir haben eine besondere Beziehung zur Neonyt, da es damals die erste Messe war, auf der Got Bag als Marke präsent war – mit vollem Erfolg“, sagt Dominique Legatzki, Head of Sales von Got Bag. „Deshalb wird unser Stand dieses Jahr auch doppelt so groß sein wie zu Beginn. Da wir eine junge Marke sind, die in den letzten beiden Jahren gewachsen ist, freuen wir uns umso mehr die Einzelhändler*innen zu treffen und sie auf unsere Reise mitzunehmen. Die Produkte anfassen, ausprobieren und zu erleben sowie persönliche Gespräche sind wichtiger denn je und wir haben Lust unsere Mission in die Welt zu tragen. Weshalb wir vom Erfolg der Neonyt überzeugt sind.“

KnowledgeCotton Apparel bringt nordisches Flair und die Lässigkeit Dänemarks nach Frankfurt. Seit der Gründung 1969 legen sie Wert auf die Achtung von Mensch, Tier und Umwelt. Alle Kleidungsstücke werden von zertifizierten Produktionspartner*innen unter Verwendung nachhaltiger Methoden und Materialien hergestellt: „Unser Geschäftsmodell, unsere Denkweise und treibende Kraft, basieren auf dem Glauben an eine bessere Zukunft. Das ist es, woher wir kommen,

Neonyt
Fashion, Sustainability and Innovation
Frankfurt am Main, 18. bis 20. Januar
2022

was wir tun und was wir auch weiterhin tun wollen – für eine bessere Zukunft kämpfen“, sagt Mads Mørup, Founder und CEO von KnowledgeCotton Apparel. „Initiativen wie Neonyt, die unser Ziel der Förderung ethischer und verantwortungsvoller Praktiken in unserer Branche teilen, sollten immer Teil unseres Universums sein. Wir sind erwartungsvoll und dankbar, dass wir wieder mit unseren Friends und Partner*innen zusammenkommen können.“

Kuyichi nahm den Anfang vor mehr als 20 Jahren in Peru mit dem Ziel, einen positiven Wandel in der Modeindustrie zu bewirken. Das zeigt sich in ihren Praktiken, aber auch in ihrer Einstellung, denn Kuyichi ist der Meinung, dass sich der Wert eines Produkts im Laufe der Zeit nicht ändert und dass ein Produkt immer einen fairen Preis haben sollte – für Verbraucher*innen, den Einzelhandel und für die Menschen, die die Kleidung herstellen. Aus diesem Grund haben sie die saisonalen Kollektionen abgeschafft und praktizieren keinen Schlussverkauf: „Wir freuen uns sehr, wieder Teil der Neonyt zu sein, und nach der letzten erfolgreichen Ausgabe dürfen wir dort nicht fehlen“, sagt Bjorn Baars, Brand Director bei Kuyichi. „Für uns ist die Neonyt der Ort, an dem nachhaltige Pionier*innen aus der gesamten Branche zusammenkommen.“

LangerChen kreiert Eco-Outerwear im urbanen Style, mit langlebigem Design und aus nachhaltigen Materialien, die durch hohe Funktionalität und Qualität punktet: „Der Handel im Wandel. Wir sehen der Neonyt als wichtigen Moment des lebendigen Austauschs entgegen“, sagt Philipp Langer, CEO von LangerChen. „Die letzten zwei Jahre haben deutlich gemacht, dass ein Wirtschaften ohne Nachhaltigkeit nicht mehr möglich sein wird. Die Messe im Januar wird eine wichtige Standortbestimmung für den Modehandel.“

Lanius definiert Nachhaltigkeit als zukunftsweisenden, fortwährenden Prozess. Sie setzen deshalb in dieser Saison vor allem verstärkt auf naturbelassene, ganzheitlich ungefärbte un-dyed-Kapselkollektionen und verbinden so nachhaltige Materialien, anspruchsvolles Design und reflektierte Trends: „Wir freuen uns sehr auf die Neonyt – sowohl auf die neue Location als auch darauf, all unsere langjährigen Kund*innen sowie neue Kontakte zu treffen“, sagt Yvonne Ley, Head of Sales von Lanius. „Es ist sehr wichtig, dass wir auch weiterhin eine Modemesse in Deutschland haben und diese gut angenommen und besucht wird! Ohne Inspirationen und den persönlichen Austausch findet kaum Entwicklung statt – was besonders für unsere Branche so elementar ist.“

Mela steht für kompromisslos nachhaltige Textilien, die fair und ökologisch produziert werden. Seit der Gründung gehen sie gemeinsam mit Fairtrade den Weg einer gerechten Produktion: „Seit fünf Jahren sind wir Teil der Neonyt Community und freuen uns daher umso mehr nach der langen Pandemie bedingten Pause wieder zurück zu sein“, sagt Henning Siedentopp, Founder von Mela. „Die Nachfrage für zertifizierte, nachhaltige Mode steigt kontinuierlich und wird in Frankfurt das Kernthema sein.“

Neonyt
Fashion, Sustainability and Innovation
Frankfurt am Main, 18. bis 20. Januar
2022

Mud Jeans ist die erste Circular Denim-Marke der Welt und Pionier in

Seite 4

Sachen faire Fabriken und Kreislaufproduktion. Jedes Paar getragener Mud Jeans wird zurückgenommen und recycelt, damit es nicht auf Mülldeponien landet. Mud Jeans ist außerdem eine zertifizierte B Corp: „Wir freuen uns sehr, endlich unsere gleichgesinnten Freund*innen und Pioniergeister auf der Neonyt wieder zu treffen. Wir alle wissen, dass man nur gemeinsam weit kommen kann“, sagt Petra Wentholt, Sales Manager von Mud Jeans. „Wir sind hier, um zu zeigen, dass unser zirkuläres Geschäftsmodell zukunftssicher ist. Mit technologischen Innovationen wollen wir bald unsere vollständig kreislauffähigen Jeans auf den Markt bringen, und mit positivem Aktivismus hoffen wir, andere dazu zu inspirieren, ebenfalls kreislauffähig zu werden.“

Die offizielle Liste aller Labels der Neonyt wird ab Dienstag, 23. November 2021, auf der Website veröffentlicht.

Die Registrierung für Fachbesucher*innen der Neonyt und die Akkreditierung für Pressevertreter*innen wird in Kürze über die Website freigeschaltet.

Presseinformationen & Bildmaterial:

www.neonyt.com/presse

Ins Netz gegangen:

Instagram: [instagram.com/neonyt.fashion](https://www.instagram.com/neonyt.fashion)

Facebook: [facebook.com/Neonyt.fashion](https://www.facebook.com/Neonyt.fashion)

LinkedIn: [linkedin.com/showcase/neonyt/](https://www.linkedin.com/showcase/neonyt/)

YouTube: [youtube.com/c/NeonytFashion](https://www.youtube.com/c/NeonytFashion)

Hintergrundinformation Messe Frankfurt

Die Unternehmensgruppe Messe Frankfurt ist die weltweit größte Messe-, Kongress- und Eventveranstalterin mit eigenem Gelände. Zum Konzern gehören rund 2.450 Mitarbeitende im Stammhaus in Frankfurt am Main und in 29 Tochtergesellschaften weltweit. Das Unternehmen hat im Jahr 2020 einen Jahresumsatz von rund 257 Millionen Euro erwirtschaftet, nachdem das Jahr 2019 noch mit einem Jahresumsatz 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

Neonyt
Fashion, Sustainability and Innovation
Frankfurt am Main, 18. bis 20. Januar
2022