

Pressemitteilung

20. Januar 2022

Fashionsustain setzt Transformationsimpulse in Frankfurt

Lilliffer Seiler
Tel. +49 69 75 75-67 38
lilliffer.seiler@messefrankfurt.com
www.messefrankfurt.com
www.neonyt.com

Mit ihrer Frankfurt City Edition 2022 präsentierte sich die Neonyt-Konferenz Fashionsustain am 19. Januar 2022 in hybrider Form: Limitiert und unter strengen Hygienebedingungen live vor Ort oder im Livestream gab es Impuls-Insights, Panel Discussions und Fashion Deep-Dives zum Status Quo der Textil- und Modebranche. Mit dabei waren unter anderem der Grüne Knopf, Fond of, der German Design Council und Tchibo.

Unter dem Motto Change the set-up beleuchtete die Fashionsustain, das internationale und multidisziplinäre Konferenzformat der Neonyt, am 19. Januar 2022 im Rahmen der Frankfurt Fashion Week, wie die Textil- und Modebranche den laufenden Transformationsprozess bewältigen und sich für zukünftige Herausforderungen wappnen kann. Die Themen Konsumentenverhalten, unternehmerische Sorgfaltspflichten und Nachhaltigkeit am Point-of-Sale standen dabei im Fokus.

„Wie agil wir uns alle heute aufstellen müssen, zeigten allein die dynamischen Umstände während der Vorbereitungen zur aktuellen Fashionsustain“, sagt **Bettina Bär**, Show Director der Neonyt. „Sich immer wieder neuen Begebenheiten anzupassen, wird auch in Zukunft eine Schlüsselkompetenz unserer Branche sein. Impulse, wie das gelingen kann, gaben im Rahmen unseres internationalen und multidisziplinärem Konferenzformats alle zu Wort gekommenen Speaker*innen durch spannende Insights in ihre Fachbereiche.“

Change the Mindset – Änderung des Konsumverhaltens

Den Auftakt zur hybriden City Edition im Frankfurter Danzig am Platz machte Neurowissenschaftlerin **Prof. Dr. Maren Urner** mit einem Impulsvortrag zum Thema *Change the Mindset*. Im Zentrum stand dabei die sogenannte Attitude-Behaviour-Gap und wie wir diese überwinden können. Prof. Dr. Urner riet zu einem positiven Mindset und zitierte dabei den US-amerikanischen Psychotherapeuten Steve de Shazer: „Über Probleme zu reden, kreierte Probleme, über Lösungen zu reden, kreierte Lösungen.“

Im anschließenden Deepdive reflektierte sie in einer Runde mit **Karin Ziegler** von **Blutsgeschwister** und **Lutz Dietzold** vom **German Design Council**, warum Menschen anders handeln als sie beabsichtigen und wie sich unsere eigene Haltung, und damit die Haltung der ganzen Branche, in Zukunft noch stärker in unserem Verhalten widerspiegeln

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

kann. Zu der Frage, ob echte Veränderung vom Individuum oder dem System ausgehen sollte, sagte Prof. Dr. Urner: „Es braucht beides: Eine individuelle und eine systemische Veränderung. Aber die systemische Veränderung kann nur gelingen, wenn wir individuell anfangen. Denn das System sind wir Menschen.“

Change Responsibilities – Lieferketten der Zukunft

„Viele Unternehmen berichten, dass Maßnahmen wie die UN-Leitprinzipien ihnen helfen, sich nachhaltig zu positionieren, zum Beispiel in den Bereichen Risikoanalyse und Monitoring.“ sagte **Christine Moser-Priewich** vom **Grünen Knopf** in dessen Panel Discussion zu unternehmerischen Sorgfaltspflichten mit **Axel Schröder** der **Tchibo GmbH** und **Hannes Weber** von **Fond of**. Axel Schröder ergänzte: „Der Grüne Knopf war für uns eine gute Lernreise in Vorbereitung auf die anstehenden Lieferkettengesetze.“

Change the System – Revolution des Handels

„Konsumentinnen und Konsumenten mit nachhaltigen Absichten haben eine schwere Zeit“, sagte **Christian Salewski** vom Research-Start-up **Flip**. „Sie können oft nicht zwischen grünen Marketing-Kampagnen und ehrlichen Absichten unterscheiden.“ In seinem Insight-Talk illustrierte er, wie Flip Konsument*innen im undurchsichtigen Nachhaltigkeitsmarkt unterstützen und für mehr Transparenz sorgen möchte. Als Beispiel gab er Einblicke hinter die Kulissen der Sneakerjagd, eines der in der Branche meistdiskutierten Videos des vergangenen Jahres, in dem Flip gemeinsam mit NDR, Die Zeit und prominenten Persönlichkeiten aufdeckte, dass Sneaker nicht immer so recycelt werden wie von den dahinter stehenden Brands angegeben. „Aus der Politik und von Verbraucherschützerinnen und -schützern haben wir das Feedback erhalten, dass unsere Recherche ein wichtiger Impuls war, um wieder Schwung in das Kreislaufwirtschaftsgesetz zu bringen.“

Abgerundet wurde die Fashionsustain City Edition mit einer Panel Discussion zum Thema Nachhaltigkeit am Point-of-Sale. **Tanja Kliewe-Meyer** von **Like a Bird**, **Marco Schütte** der **EK Service Group** und **Frederik Gottschling** vom **Hessischen Handelsverband** diskutierten, wie der Handel als Wissensvermittler dazu beitragen kann, Verbraucher*innen zu sensibilisieren und was das für die Belebung von Innenstädten bedeuten kann. „Wichtig ist es,“ so Tanja Kliewe-Meyer, „Erfahrungswelten zu schaffen, um Nachhaltigkeit in die Städte zu bringen. Die Zeiten der Monoläden durch die jedes Stadtzentrum gleich aussieht, sind vorbei.“

Change the perspective – on- und offline

Teilnehmer*innen konnten das internationale Konferenzformat der Neonyt im Rahmen der Frankfurt Fashion Week live vor Ort und digital verfolgen. In Frankfurt dabei waren unter anderem Vertreter*innen von Condé Nast Germany, Deutscher Fachverlag und FAZ, Hohenstein und Rat für Formgebung. Den Livestream verfolgten neben internationalen Modeinstituten wie dem German Design Council auch

Unternehmensvertreter*innen von Breuniger, C&A, Closed, Gerry Weber, Givenchy/LVMH, Hallhuber, Hessnatur und Kastener & Öhler sowie die Redaktionen von Fashion United, Luxiders, RTL, Spiegel Online und TextilWirtschaft.

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)

Kontakt Presse:

KERN.

Tel: +49 69 65 00 88 65

E-Mail: presse@kern.consulting

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